



ANALISIS WACANA KRITIS KONTEN VIDEO DEWAN PERWAKILAN OMEL-OMEL BINTANG EMON DI INSTAGRAM

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
Surabaya, Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh:

Roya Qiisy Qurotal A'yuni
NIM. B05217052

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA
2021**

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Roya Qiisy Qurotal A'yuni

NIM : B05217052

Prodi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi berjudul **“Analisis Wacana Kritis Konten Video Dewan Perwakilan Omel-Omel Bintang Emon di Instagram”** adalah benar merupakan karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran atas karya skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Surabaya, 21 Juli 2021

membuat pernyataan,



Roya Qiisy Qurotal A'yuni
NIM. B05217052

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Roya Qiisy Qurotal A'yuni
NIM : B05217052
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Analisis Wacana Kritis Konten Video Dewan
Perwakilan Omel-omel Bintang Emon di
Instagram

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 6 Juni 2021
Menyetujui Pembimbing,



Dr. Moch. Choirul Arif, S.Ag, M.Fil.I
NIP. 197110171998031001

LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI

Analisis Wacana Kritis Konten Video Dewan Perwakilan Omel-omel
Bintang Emon di Instagram

SKRIPSI

Disusun Oleh:
Roya Qiisy Qurotal A'yuni
B05217052

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata Satu
Pada Tanggal 11 Juni 2021

Tim Penguji

Penguji I

Dr. Moch. Choirul Arif, S.Ag., M.Fil.I
NIP. 197110171998031001

Penguji III

Dr. Lilik Hamidah, S.Ag., M.Si
NIP. 197312171998032002

Penguji II

Dr. Abdullah Sattar, S.Ag., M.Fil.I
NIP. 196512171997031002

Penguji IV

Imam Maksum, M.Ag
NIP. 197306202006041001

Surabaya.
Dekan.

Dr. H. Abdul Halim, M.Ag
NIP. 196307251991031003



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Roya Qaisy Qurotal A'yuni
NIM : B05217052
Fakultas/Jurusan : Dakwah dan Komunikasi/ Ilmu Komunikasi
E-mail address : royaayuni@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)

yang berjudul:

Analisis Wacana Kritis Konten Video Dewan Perwakilan Omel-omel Bintang Emon di Instagram

berserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 19 Juli 2021

Penulis,

Roya Qaisy Qurotal A'yuni

ABSTRAK

Roya Qiisy Qurotal A'yuni, 2021. *Analisis Wacana Kritis Konten Video Dewan Perwakilan Omel-Omel Bintang Emon di Instagram.*

Media sosial menyediakan ruang bagi setiap individu untuk berpartisipasi aktif dalam mengisi konten media. Setiap konten yang diciptakan individu mengandung wacana tertentu yang ingin disampaikan kepada publik. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana wacana yang dikembangkan dalam konten video Dewan Perwakilan Omel-Omel (DPO) Bintang Emon di Instagram? Penelitian ini bertujuan untuk mengkritisi wacana yang dikembangkan Bintang Emon dalam konten video Dewan Perwakilan Omel-Omel (DPO) yang diunggah di Instagram pribadinya. Untuk membedah wacana tersebut secara mendalam, penelitian ini menggunakan analisis wacana kritis model Teun A. Van Dijk. Analisis wacana ini memiliki tiga dimensi, yaitu teks, kognisi sosial, dan konteks sosial.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa wacana yang dikembangkan Bintang Emon dalam konten video Dewan Perwakilan Omel-Omel episode “DPO Corona 1” dan “DPO Corona 2” ini adalah membangun kesadaran sosial, ajakan untuk menaati peraturan pemerintah, dan mengingatkan masyarakat untuk tidak egois.

Kata Kunci: *Analisis Wacana, Konten Video, DPO Bintang Emon*

ABSTRACT

Roya Qiisy Qurotal A'yuni, 2021. *Critical Discourse Analysis of Video Content Bintang Emon's DPO on Instagram.*

Social media provides a space for each individual to actively participate in filling media content. Every content created by individuals contains a certain discourse that wants to be conveyed to the public. This research focuses on how the discourse developed in Bintang Emon's DPO video content on Instagram. The purpose of this study is to criticize the discourse developed by Bintang Emon in the video content of the Omel-Omel Representative Council (DPO) uploaded on his personal Instagram. To dissect the discourse in depth, this study uses critical discourse analysis of the Teun A. Van Dijk model. This discourse analysis has three dimensions, namely text, social cognition, and social context.

The results of this study indicate that the discourse developed by Bintang Emon in the video content DPO episodes of "DPO Corona 1" and "DPO Corona 2" is building social awareness, an invitation to obey government regulations, and reminding people not to be selfish.

Keywords: *Discourse Analysis, Video Content, Bintang Emon's DPO*

مستخلص البحث

رايا قي عيش قره الاعيون، رقم التسجيل، B05217052. تحليل الخطاب النقدي لمحتوى الفيديو د ف او بينتانغ إيمون على إنستغرام

توفر وسائل التواصل الاجتماعي مساحه لكل فرد للمشاركة بنشاط في ملء محتوى الوسائط. يحتوي كل محتوى أنشأه الأفراد على خطاب معين يريد نقله إلى الجمهور. يركز هذا الحث على كيفية تطور الخطاب في محتوى فيديو بمجلس تمثيل اوميل-اوميل (د ف او) بينتانغ ايمون على إنستغرام؟ الغرض من هذه الدراسة هو انتقاد الخطاب الذي طوره بينتانغ إيمون في محتوى الفيديو الخاص بمجلس تمثيل اوميل-اوميل (د ف او) الذي تم تحميله على إنستغرام الخاص به. لتشريح الخطاب بعمق، تستخدم هذه الدراسة تحليل الخطاب القدي لنموذج تياون أ فان ديجك . يحتوي تحليل الخطاب هذا على ثلاثة أبعاد، وهي النص والإدراك الاجتماعي والسياق الاجتماعي.

تشير نتائج هذه الدراسة الى أن الخطاب الذي طورته بنتانغ ايمون في محتوى فيديو د ف او في حلقات "د ف او جورونا ١" و " د ف او جورونا ٢" هو بناء الوعي الاجتماعي، ودعوة إلى الانصياع للأنظمة الحكومة، وتذكير الناس بعدم الأنانية.

الكلمات المفتاحية: تحليل الخطاب، محتوى الفيديو، د ف او بينتانغ ايمون

DAFTAR ISI

Judul Penelitian	i
Pernyataan Otentisitas Skripsi	ii
Lembar Persetujuan Pembimbing	iii
Lembar Pengesahan Penguji	iv
Motto dan Persembahan	v
Lembar Pernyataan Persetujuan Publikasi	vi
Abstrak	vii
Abstract	viii
مستخلص البحث	ix
Kata Pengantar	x
Daftar Isi	xi
Daftar Tabel	xiv
Daftar Gambar	xv
Daftar Grafik	xvi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
1. Manfaat Teoretis	4
2. Manfaat Praksis	4
E. Definisi Konsep	4
1. Wacana	4

2. DPO Bintang Emon.....	6
F. Sistematika Pembahasan	5
BAB II KAJIAN TEORETIK	
A. Kerangka Teoretik.....	8
1. Media Sosial.....	8
2. Instagram.....	10
3. Konten Video	13
B. Kajian Teori.....	14
C. Kerangka Berpikir	16
D. Penyampaian Pesan di Media Sosial dalam Perspektif Islam	17
E. Penelitian Terdahulu.....	19
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	23
B. Unit Analisis.....	23
C. Jenis dan Sumber Data	23
1. Data Primer.....	23
2. Data Sekunder	23
D. Tahap-Tahap Penelitian.....	24
E. Teknik Pengumpulan Data	24
F. Teknik Analisis Data	25
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Subjek Penelitian	36
1. Profil Bintang Emon.....	36
2. Konten Video Dewan Perwakilan Omel-Omel.....	37

3. Deskripsi Materi Subjek Penelitian	39
a. DPO Corona 1	39
b. DPO Corona 2	42
B. Penyajian Data.....	44
C. Pembahasan Hasil Penelitian (Analisis Data)	79
1. Temuan Penelitian.....	79
a. Membangun Kesadaran Sosial	80
b. Ajakan untuk Menaati Peraturan Pemerintah	81
c. Mengajak Masyarakat untuk tidak Egois	81
2. Perspektif Teori	81
3. Perspektif Islam.....	83
BAB V PENUTUP	
A. Simpulan.....	84
B. Rekomendasi	84
1. Bagi Akademisi	84
2. Bagi Khalayak Umum	85
C. Keterbatasan Penelitian	85
DAFTAR PUSTAKA	86

DAFTAR TABEL

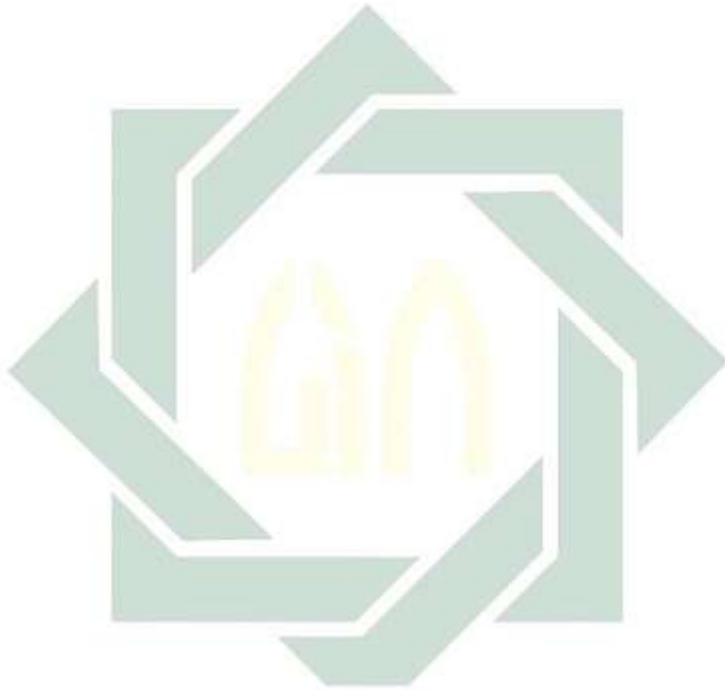
Tabel	Halaman
2.1 Penelitian Terdahulu	20
3.1 Elemen Wacana Van Dijk.....	27
4.1 Naskah Materi DPO Corona	40
4.2 Naskah Materi DPO Corona 2	43
4.3 Pendahuluan DPO	48
4.4 Isi DPO.....	50
4.5 Penutup DPO.....	60
4.6 Latar DPO	61
4.7 Detail DPO	62
4.8 Maksud DPO.....	62
4.9 Praanggapan DPO	63
4.10 Bentuk Kalimat DPO	64
4.11 Koherensi DPO	65
4.12 Kata Ganti DPO	67
4.13 Stilistik DPO	67
4.14 Grafis DPO.....	69
4.15 Metafora DPO.....	69
4.16 Ekspresi DPO	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
4.1 Profil Bintang Emon	36
4.2 Pendahuluan DPO	48
4.3 Pendahuluan DPO	49
4.4 Pendahuluan DPO	49
4.5 Isi DPO.....	50
4.6 Isi DPO.....	51
4.7 Isi DPO.....	53
4.8 Isi DPO.....	54
4.9 Isi DPO.....	55
4.10 Isi DPO.....	55
4.11 Isi DPO.....	57
4.12 Isi DPO.....	58
4.13 Isi DPO.....	58
4.14 Penutup DPO.....	60
4.15 Ekspresi DPO Corona 1 Detik 00:12	71
4.16 Ekspresi DPO Corona 1 Detik 00:14	71
4.17 Ekspresi DPO Corona 1 Detik 01:41	72
4.18 Ekspresi DPO Corona 1 Detik 02:15	72
4.19 Ekspresi DPO Corona 2 Detik 00:21	73
4.20 Ekspresi DPO Corona 2 Detik 00:29	73
4.21 Ekspresi DPO Corona 2 Detik 00:42	74
4.22 Ekspresi DPO Corona 2 Detik 01:20	74

DAFTAR GRAFIK

Gambar	Halaman
2.1 Kerangka Berpikir	16



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Masyarakat modern dalam satu dekade ini hampir tidak mungkin dapat terlepas dari paparan media. Disadari atau tidak, media dengan berbagai macam kontennya hadir menjadi bagian hidup manusia. Seiring perkembangan zaman, keberagaman media semakin maju dan berkembang.²

Pada mulanya, komunikasi melalui media hanya berjalan satu arah, yakni seseorang yang mengonsumsi media hanya dapat menjadi penikmat konten yang diproduksi oleh sumber media. Namun, di saat perkembangan teknologi semakin maju, masyarakat tidak lagi hanya bisa menjadi penikmat konten, tetapi juga dapat terlibat langsung dalam mengisi konten media.³

Media sosial merupakan bagian dari media massa yang sangat digemari oleh semua orang dari berbagai kalangan.⁴ Media sosial memfasilitasi persepsi interaksi antar pengguna dengan memberikan kesempatan bagi semua pengguna untuk menciptakan konten.⁵ Media sosial memuat beragam konten yang disajikan oleh para pegiat konten. Konten-konten tersebut diunggah di berbagai *platform* seperti Instagram, Twitter, Facebook, Youtube,

² Erika Dwi Setya Watie, “Komunikasi dan Media Sosial”, *Jurnal The Messenger*, vol. 3, no. 1, 2011, 69.

³ *Ibid.*

⁴ Indriya Suciningsih, “Analisis Wacana Kritis Trending Topic Hashtag Crazy Rich Surabayan di Twitter”, *Skripsi*, 2019, 1.

⁵ Caleb T. Carr dan Rebecca A. Hayes, “Social Media, Defining, Developing, and Divining”, *Atlantic Journal of Communication*, 2015, 8.

dan lain sebagainya sehingga dapat dengan mudah tersebar ke masyarakat luas.

Media sosial memiliki fungsi yang beragam. Salah satunya sebagai sarana untuk mengungkapkan ide, pandangan, maupun keresahan yang dirasakan oleh pembuat konten. Hal ini dijamin dalam UUD 1945 pasal 28 yang mengatakan bahwa setiap warga Negara memiliki kemerdekaan berserikat dan berkumpul, mengeluarkan pikiran dengan lisan dan tulisan, dan sebagainya ditetapkan dengan undang-undang.⁶

Pada pemberitaan yang dilakukan oleh media online CNN Indonesia, seorang komika yang bernama Bintang Emon belakangan ini seringkali menyampaikan isu terkini melalui konten video humor yang diberi nama Dewan Perwakilan Omel-Omel (DPO). Produksi konten ini sudah ia jalankan sejak akhir tahun 2019 silam. Kemudian semakin dikenal masyarakat ketika membicarakan mengenai Covid-19 pada bulan maret 2020.⁷

Dewan Perwakilan Omel-Omel (DPO) merupakan konten berbentuk audiovisual yang disajikan dalam bingkai komedi. DPO ini diunggah pada akun instagram pribadinya. Selain instagram, DPO ini juga diunggah di platform lain seperti twitter dan youtube. Video yang biasanya berdurasi satu sampai dua menit ini membahas Omel-Omelan, kekesalan, keresahan, dan argumentasinya mengenai masalah-masalah yang terjadi di masyarakat.

⁶ Masato Angkawijaya, “Penerimaan Masyarakat terhadap Kritik Sosial dalam Video Speech Composing Karya Eka Gustiwana di Youtube”, vol. 5 no.1, 2017, 1.

⁷ CNN Indonesia, *Bintang Emon Komika yang Dikenal Vokal lewat Konten DPO*, 15 Juni, 2020, diakses pada 30 September 2020 dari <https://m.cnnindonesia.com/hiburan/20200615104202-234-513348/bintang-emon-komika-yang-dikenal-vokal-lewat-konten-dpo>

Video ini berhasil menyita perhatian masyarakat yang kemudian viral di dunia maya.⁸

Video pertama dalam DPO membahas tentang orang-orang merokok saat berkendara. Kekesalan Bintang Emon ini dimuat di Instagramnya pada 27 Desember 2019. Setelah itu, ia kembali mengungkapkan keresahannya dengan topik-topik yang berbeda, di antaranya kebiasaan orang yang mengirim pesan, nilai ulangan di sekolah, problematika parkir, Corona, dan lain sebagainya.⁹

Salah satu video yang menarik perhatian peneliti ialah video “DPO Corona”. Video ini diproduksi dan diunggah di akun Instagram pribadi Bintang Emon pada tanggal 22 Maret 2020. Video ini dibuat dalam rangka mengomentari sikap oknum masyarakat Indonesia ketika menghadapi Virus Corona. Di Instagram, Video berdurasi 2 menit 20 detik ini mendapatkan beragam respon dari masyarakat dan menghasilkan 8,7 juta tayangan, 1 juta *like*, dan 38 ribu komentar.¹⁰

Delapan hari setelah video “DPO Corona 1” diunggah, yakni pada tanggal 30 Maret 2020 Bintang Emon kembali mengunggah video yang berjudul “DPO Corona 2”. Video ini dibuat untuk menyampaikan keresahannya terhadap sikap oknum masyarakat dalam menghadapi Virus Corona. Di Instagram, Video berdurasi 1 menit 49 detik ini menghasilkan 4,6 juta tayangan, 743 ribu *like*, dan 21 ribu komentar.¹¹

Berpijak dari fenomena ini, peneliti berasumsi bahwa bahasa yang digunakan dalam konten video DPO ini

⁸ *Ibid*

⁹ *Ibid*

¹⁰ Bintang Emon, 22 Maret, 2020, diakses pada Oktober 2020 dari <https://instagram.com/bintangemon>

¹¹ Bintang Emon, 30 Maret, 2020, diakses pada Oktober 2020 dari <https://instagram.com/bintangemon>

membentuk wacana-wacana tertentu. Jadi peneliti ingin menganalisis lebih lanjut mengenai wacana yang dikembangkan dalam konten video ini.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana wacana yang dikembangkan dalam konten video Dewan Perwakilan Omel-Omel (DPO) Bintang Emon di Instagram?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkritisi wacana yang dikembangkan dalam konten video Dewan Perwakilan Omel-Omel (DPO) Bintang Emon di Instagram.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoretis

Secara teoretis penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai kontribusi dalam pengembangan Ilmu Komunikasi khususnya di bidang analisis teks media.

2. Manfaat Praksis

Secara praksis penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi khalayak, praktisi media, dan universitas untuk memilih konten media.

E. Definisi Konsep

1. Wacana

Istilah “wacana” jika diartikan secara etimologis berasal dari bahasa sansekerta yakni *wac/wak/vak*, yang berarti “berkata” atau “berucap”. Setelah mengalami perkembangan dan perubahan, kata *wac*

ditambah dengan akhiran “ana” yang berfungsi sebagai nominalisasi. Sehingga berubah menjadi istilah wacana. Jadi, kata wacana dapat diartikan sebagai “perkataan” atau “tuturan”.

Moeliono menyatakan bahwa wacana adalah suatu bahasa terlengkap yang direalisasikan dalam bentuk karangan atau laporan utuh seperti novel, buku, artikel, pidato, atau khotbah. Sedangkan menurut Samsuri, wacana adalah rekaman kebahasaan yang utuh tentang peristiwa komunikasi.

Wacana (*discourse*) adalah satuan bahasa terlengkap dalam tingkatan gramatikal yang merupakan satuan gramatikal tertinggi atau terbesar. Wacana dapat diwujudkan dalam bentuk karangan yang utuh seperti ensiklopedia, buku, cerpen, novel, lagu, dan sebagainya. Di dalam wacana terdapat kata, kalimat, paragraf maupun alinea yang terdiri atas suatu amanat yang lengkap.¹²

Sementara itu, Samsuri mendefinisikan wacana sebagai suatu rekaman kebahasaan yang utuh tentang peristiwa komunikasi, yang meliputi satuan dari beberapa kalimat yang mempunyai hubungan definisi antara satu dengan yang lain. Komunikasi yang dimaksudkan dapat disampaikan melalui bahasa lisan dan maupun bahasa tulisan. Lull menjelaskan bahwa wacana berarti cara objek atau gagasan dibicarakan secara terbuka kepada publik sehingga dapat menciptakan pemahaman tertentu yang tersebar luas.¹³

¹² Mulyana, *Kajian Wacana: Teori, Metode, dan Aplikasi Prinsip-Prinsip Analisis Wacana*, (Yogyakarta: Tiara Wacana, 2005), 3.

¹³ Alex Sobur, *Analisis Teks Media*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, Cet 7, 2016), 10-11.

Jadi, wacana yang dimaksud dalam penelitian ini adalah tuturan yang dikembangkan Bintang Emon dalam konten video Dewan Perwakilan Omel-Omel.

2. DPO Bintang Emon

DPO yang merupakan sebuah akronim dari kata Dewan Perwakilan Omel-Omel ini adalah salah satu konten video yang diproduksi oleh Bintang Emon. Sesuai dengan nama kontennya, Video-video tersebut biasanya membahas tentang omelan, kekesalan, keresahan, dan argumentasi Bintang Emon terhadap berbagai fenomena yang sedang menjadi sorotan publik. Video yang berdurasi antara satu sampai dua menit ini diunggah di akun Instagram pribadinya yang bernama @bintangemon.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dalam penelitian ini terdiri atas enam bab, yaitu pendahuluan, kajian teoretik, metode penelitian, hasil penelitian dan pembahasan, serta penutup. Selanjutnya akan peneliti uraikan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab pertama ini, peneliti akan menjelaskan kepada pembaca tentang apa yang melatarbelakangi dilakukannya penelitian ini, apa fokus masalah yang diangkat, untuk apa isu ini diteliti, dan mengapa penelitian ini dilangsungkan. Di dalam bab ini memuat beberapa sub bab, yakni latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi konsep, dan sistematika pembahasan.

BAB II : KAJIAN TEORETIK

Di dalam bagian ini, peneliti fokus membahas tentang kajian pustaka yang meliputi kerangka teoretik di antaranya definisi media sosial, karakteristik media sosial,

fungsi media sosial, definisi instagram, fitur-fitur instagram, dan pengertian konten video. Selain itu di bab ini juga terdapat kajian teori yang digunakan dalam penelitian, perspektif islam, dan kajian penelitian terdahulu yang relevan.

BAB III : METODE PENELITIAN

Membahas tentang metode penelitian yang meliputi pendekatan dan jenis penelitian, unit analisis yang diteliti, jenis dan sumber data yang digunakan, tahap-tahap penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini adalah inti dari penelitian yang meliputi gambaran umum subjek yang akan diteliti dan penyajian data. Data disajikan menggunakan kerangka analisis wacana model Teun A. Van Dijk. Selain itu, dalam bab ini terdapat pembahasan hasil penelitian atau analisis data yang meliputi temuan penelitian, perspektif teori, dan perspektif islam.

BAB V : PENUTUP

Pada bab penghujung ini, peneliti akan memaparkan simpulan dari penelitian, rekomendasi baik untuk akademisi maupun khalayak umum, dan keterbatasan penelitian.

BAB II

KAJIAN TEORETIK

A. Kerangka Teoretik

1. Media Sosial

a. Definisi Media Sosial

Secara etimologis, media sosial meliputi dua kajian, yakni media dan sosial. Kata media dalam KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) diartikan sebagai suatu sarana atau alat komunikasi yang berupa koran, majalah, radio, televisi, film, poster, dan spanduk. Sedangkan kata sosial merupakan segala sesuatu yang berkenaan dengan masyarakat. Jadi, dapat didefinisikan bahwa media sosial adalah suatu alat komunikasi masyarakat dengan jangkauan yang sangat luas. Andreas Kaplan dan Michael Haenlein berpendapat tentang media sosial, menurut mereka media sosial adalah "sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang terbangun atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 dan yang memungkinkan untuk memproduksi dan saling bertukar konten".¹⁴

Media sosial memang sudah tidak asing lagi bagi masyarakat modern. Di era digital ini media sosial mengalami perkembangan yang sangat pesat. Ketika berselancar di dunia virtual, para pengguna dapat berpartisipasi aktif dalam berbagi maupun mencari informasi melalui jejaring sosial. Jejaring sosial adalah sebuah tempat bagi setiap individu untuk membuat web page pribadi, kemudian

¹⁴ Wilga Secsio Ratsja Putri dkk, "Pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Remaja", *Jurnal Prosiding KS*, vol. 3, no. 1, 2020, 50.

terhubung dengan semua orang untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Beberapa media sosial yang digemari masyarakat Indonesia, antara lain Instagram, Twitter, dan Youtube.

b. Karakteristik Media Sosial

Nasrullah menyebutkan bahwa media sosial memiliki karakter khusus, di antaranya:¹⁵

1) Jaringan (*Network*)

Jaringan merupakan infrastruktur yang menjembatani antara komputer dengan perangkat keras yang lain. Dalam berselancar di dunia virtual membutuhkan adanya koneksi untuk menghubungkan antar perangkat keras satu dengan yang lain.

2) Informasi (*Informations*)

Informasi menjadi karakteristik penting di media sosial. Sebab, melalui informasi para pengguna media sosial dapat mempresentasikan identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi antara satu sama lain.

3) Arsip (*Archive*)

Media sosial dilengkapi dengan data arsip, yakni tempat menyimpan sebuah informasi terdahulu yang dapat diakses kembali kapanpun dan melalui perangkat apapun.

4) Interaksi (*Interactivity*)

Interaksi atau hubungan sosial antar individu satu dengan yang lain dapat membentuk jaringan antar pengguna. Dengan

¹⁵ Ahmad Setiadi, "Pemanfaatan Media Sosial untuk Efektivitas Komunikasi", *Jurnal Cakrawala*, vol. 16, no. 2, 2016.

interaksi mereka bisa memperluas hubungan pertemanan atau saling mengikuti (mutual).

5) Simulasi Sosial (*simulation of society*)

Melalui media sosial, kita dapat terhubung secara virtual dengan masyarakat (*society*) di dunia maya. Media sosial mempunyai keunikan yang berbeda dan tidak dapat kita lihat dalam lingkungan masyarakat yang nyata.

6) Konten oleh pengguna (*user-generated content*)

Berbeda dengan media tradisional yang menempatkan khayalak hanya sebagai sasaran objek yang pasif, di media sosial para pengguna memiliki kebebasan untuk membuat ataupun menyebarkan konten yang mereka inginkan. Mereka memiliki hak penuh dalam mengelola konten mereka sendiri.

c. Fungsi Media Sosial

Fungsi media sosial kini lebih luas dari sekadar berbagi informasi dan komunikasi. Media sosial kini dijadikan sebagai alat untuk menunjukkan kreativitas penggunanya, terbukti banyak konten kreator yang membuat berbagai macam konten untuk meramaikan jagat dunia maya. Konten yang disajikan pun beragam mulai dari konten informatif, edukatif, persuasif, hingga hiburan.

2. Instagram

a. Definisi Instagram

Atmoko mendefinisikan platform Instagram sebagai sebuah aplikasi berbagi foto maupun video yang dapat digunakan untuk mengambil gambar atau foto. Foto tersebut dapat diolah atau diedit melalui filter digital untuk memberikan efek

tertentu yang diinginkan kemudian bisa dibagikan di Instagram itu sendiri ataupun disebarluaskan ke media sosial lainnya.¹⁶

Instagram adalah sebuah platform media sosial visual yang didasarkan sepenuhnya pada foto dan video. Saat ini media ini bergabung dengan Facebook. Instagram memiliki lebih dari 400 juta pengguna aktif. Banyak dari pengguna yang mengunggah tentang makanan, seni, perjalanan, fashion, hiburan, dan lain sebagainya.¹⁷

b. Fitur-fitur Instagram

Instagram memiliki beberapa fitur di dalamnya. Berikut ini adalah penjelasan mengenai fitur-fitur yang terdapat dalam Instagram:¹⁸

1) Home Page

Home page adalah halaman utama yang menampilkan (*timeline*) foto-foto terbaru dari sesama pengguna yang telah diikuti. Cara melihat foto yaitu hanya dengan menggeser layar dari bawah ke atas.

2) Komentar

Selain beranda, di dalam Instagram juga tersedia fitur kolom komentar. Dengan fitur ini, para pengguna instagram dapat saling mengomentari postingan foto atau video seseorang. Untuk menggunakan fitur ini, cukup dengan menekan ikon balon yang

¹⁶ Bambang Dwi Atmoko, *Instagram Handbook*, (Jakarta: Media Kita, 2012)

¹⁷ Mufid Anshori, *Dakwah di Instagram (Analisis Wacana Teun A. Van Dijk pada Akun @nunuzoo, Skripsi, 2019.*

¹⁸ *Ibid.*

terletak di bawah postingan, tulis komentar, kemudian kirim.

3) *Explore*

Di dalam *Explore*, tersedia berbagai macam postingan yang sedang populer. Instagram mempunyai algoritma khusus untuk menentukan postingan yang akan muncul dalam *explore*. Biasanya *explore* menampilkan postingan yang mungkin disukai oleh penggunanya.

4) Profil

Profil pengguna adalah fitur instagram yang berfungsi untuk mengetahui detail informasi terkait pengguna. Halaman profil dapat diakses pada menu utama yang terletak di bagian kanan bawah. Profil pengguna memuat jumlah postingan, jumlah orang yang diikuti, jumlah pengikut, dan informasi lain seperti kontak pribadi yang dapat dihubungi.

5) *News Feed*

News feed merupakan fitur yang menampilkan notifikasi terhadap berbagai aktivitas yang dilakukan oleh pengguna Instagram, yakni aktivitas terbaru para pengguna yang telah diikuti.

6) *Stories*

Stories merupakan fitur yang menyediakan postingan dengan penayangan terbatas oleh waktu tertentu. Pengguna dapat memposting foto ataupun video dalam batas waktu 24 jam. Setelah 24 jam, postingan tersebut akan hilang dengan sendirinya tanpa dihapus oleh pengguna.

3. Konten Video

Konten merupakan unit, tipe, atau pokok dari suatu informasi digital. Konten dapat direalisasikan dalam bentuk teks yang berupa karya tulisan. Konten juga dapat berupa karya visual maupun audio visual seperti gambar, suara, video, dan lain sebagainya. Dalam Cambridge Dictionary, konten berarti sebuah artikel atau bagian yang dimuat dalam buku atau majalah. Dapat diartikan bahwa konten adalah segala sesuatu yang dapat dikelola dalam format digital.¹⁹

Dalam Business Dictionary, konten merupakan teks dari dokumen atau publikasi dalam bentuk apapun. Konten adalah informasi dan komunikasi. Konten adalah esensi dari pesan atau wacana yang dikomunikasikan, sebagaimana dipahami atau diterima oleh audiens yang dituju.²⁰

Sementara itu, video merupakan teknologi elektronik yang digunakan untuk mengirimkan suatu gambar bergerak. Dalam kamus bahas Latin, kata video bermakna saya lihat. Menurut definisi lain, video adalah sebuah teknologi yang berguna untuk menangkap, mengirim, serta menata kembali gambar yang bergerak. Untuk memproduksi suatu video, dibutuhkan tiga tahapan, meliputi tahap praproduksi, produksi, dan pasca produksi.²¹

¹⁹ Siti Muslichatul Mahmudah dan Muthia Rahayu, “Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan”, *Jurnal Komunikasi Nusantara*, vol. 2, no. 1, 2020, 4.

²⁰ *Ibid.*

²¹ Diah Nur Indah Yuliana, “Peran Content Creator Social Media Instagram di PT. Media Mahakarya Jakarta, *Skripsi*, 2019.

B. Kajian Teori

Untuk memahami konsep-konsep penelitian dan menganalisis pertanyaan penelitian tersebut, peneliti menggunakan teori *public sphere* atau teori ruang publik yang disampaikan oleh Jurgen Habermas. Teori ini digunakan untuk menganalisa wacana yang dikembangkan Bintang Emon pada konten video Dewan Perwakilan Omel-Omel (DPO).

Habermas dalam karyanya yang berjudul “*The Structural Transformation of The Public Sphere*” menjelaskan bahwa ruang publik adalah ruang terjadinya berbagai diskusi dan debat publik mengenai suatu permasalahan publik di mana setiap individu memiliki porsi yang sama untuk menyuarakan pendapat serta dijamin kebebasan atas intervensi dari pihak lain, tidak terjadi hegemoni terhadap opini, namun dapat menumbuhkan opini publik yang diharapkan mampu membantu untuk memunculkan suatu kebijakan publik yang adil.²²

Dalam teori ini, Habermas menyatakan 3 asumsi, yakni:²³

1. Ruang publik menyediakan ruang kebebasan bersama.
2. Ruang publik membuka wacana-wacana.
3. Terjadi pertemuan antar individu di dalam ruang publik.

Asumsi pertama, mereka yang berada dalam ruang publik mampu mengesampingkan perbedaan status sosial kemudian menciptakan prinsip kebersamaan dan kesetaraan. Setiap individu yang bergabung dalam ruang publik tersebut diberikan kesempatan yang sama untuk berpendapat mengenai persoalan-persoalan. Dalam kondisi ini, ruang

²² Muhammad Amin Susilo, “Analisis Konsep Ruang Publik Jurgen Habermas (Studi Kasus Komunitas Kalimetro Kota Malang)”, *Skripsi*, Universitas Brawijaya Malang, 2020, 24.

²³ *Ibid*, 28-29.

publik memiliki peranan utama sebagai pendorong kemampuan komunikasi setiap lapisan masyarakat.

Asumsi kedua, dalam ruang publik terjadi sebuah proses pemberdayaan di antara mereka. Terbukanya pembicaraan atau wacana dengan pertimbangan rasional tanpa rasa takut dinyatakan secara publik dan dilandasi oleh keprihatinan terhadap persoalan yang merugikan publik. Pada akhirnya publik membicarakan persoalan yang terjadi di lingkungan tersebut. Pembukaan wacana akan berhasil apabila setiap orang telah memiliki kebebasan dalam kepentingan subjektivitas. Kesepahaman yang diharapkan Habermas dibentuk dari tindakan komunikatif antar individu yang memiliki kepentingan untuk merumuskan kembali tujuan bersama.

Asumsi ketiga, Ruang publik menjadi tempat yang ramah untuk mengungkapkan kegelisahan politis yang terjadi akibat persoalan yang merugikan publik. Ruang publik berupaya menjadi sarana mediasi antar individu di dalam kehidupan keluarga, sosial budaya, maupun politik.

Berdasarkan asumsi teori tersebut, peneliti menemukan relevansinya pada aspek penyampaian argumentasi di ruang publik. Seiring berkembangnya teknologi, ruang publik tidak lagi hanya berlangsung di ruang-ruang fisik, tetapi juga dalam ruang virtual. Papacharissi menyatakan bahwa media digital seperti internet, dengan infrastruktur yang menjanjikan wacana tanpa batas serta aturan-aturan yang beroperasi di luar batas-batas geografis, akan mendorong terjadinya reinkarnasi virtual ranah publik.²⁴

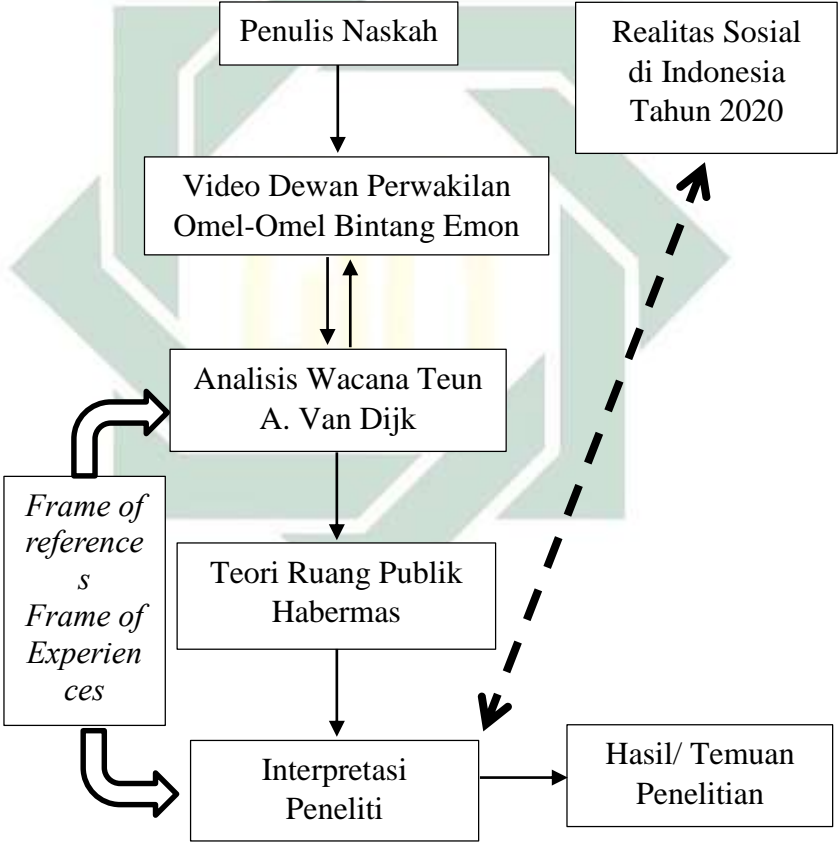
Media baru (media sosial) memungkinkan bagi setiap individu untuk mendapatkan akses terhadap informasi. Media sosial dapat dijadikan sarana bagi masyarakat untuk

²⁴ Eben Haizer, "Menyoal Internet sebagai Ruang Publik dalam Perspektif Habermas", *Dakwatuna*, vol. 4, no. 2, 2018, 185.

mengemukakan pendapat dan berdiskusi terkait fenomena publik yang sedang ramai diperbincangkan. Masyarakat bebas untuk beropini untuk memperoleh kebijakan publik yang adil.

C. Kerangka Berpikir

Grafik 2.1
Kerangka Berpikir



D. Penyampaian Pesan di Media Sosial dalam Perspektif Islam

Di era digital ini, kehadiran media sosial dapat menuai banyak manfaat. Salah satunya adalah media sosial seringkali digunakan sebagai sarana untuk menyampaikan pesan kepada publik. Namun, dalam proses penyampaian pesan, seorang komunikator harus memperhatikan etika agar pesan dapat diterima dengan baik oleh khalayak. Adapun prinsip etika dalam bermedia sosial terdapat dalam QS. an-Nahl (16) ayat 125, yang berbunyi:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ
إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang maha mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.”²⁵

M. Quraish Syihab menjelaskan bahwa dalam ayat di atas terdapat beberapa macam metode dakwah yang harus disesuaikan dengan sasaran dakwah. Ketika menyampaikan pesan kepada seseorang yang memiliki intelektual tinggi, harus menggunakan hikmah, yang artinya berbicara sesuai dengan tingkat kecerdasan mereka. Namun, jika berbicara dengan orang awam, akan lebih baik menggunakan metode *mau'idhah* yang berarti memberikan nasehat dan

²⁵ Al-Qur'an, an-Nahl: 125

perumpamaan sederhana yang dapat menyentuh jiwa mereka.²⁶

Ketika menyampaikan pesan kepada komunikan, komunikator harus mengetahui etika dalam berkomunikasi. Salah satunya ialah *Qaulan maysura* yang berarti perkataan yang mudah. Ungkapan ini terdapat dalam surah al-Isra (17) ayat 28:

وَأَمَّا تَعْرِضْنَ عَنْهُمْ ابْتِغَاءَ رَحْمَةٍ مِّن رَّبِّكَ تَرْجُوهَا فَقُلْ لَهُمْ قَوْلًا مَّيْسُورًا

“Dan jika kamu berpaling dari mereka untuk memperoleh rahmat dari Tuhanmu yang kamu harapkan, maka katakanlah kepada mereka ucapan yang pantas.”²⁷

Dalam berkomunikasi dianjurkan untuk menggunakan bahasa yang mudah dimengerti dan melegakan perasaan. Selaras dengan bahasa jurnalistik yang merupakan bahasa yang mudah, ringkas, dan tepat sasaran.²⁸

Kata *maysura* yang terdapat dalam ayat di atas berasal dari kata *yasara*, yang jika diartikan secara bahasa berarti pantas atau mudah. Sedangkan menurut Jalaluddin Rakhmat, *qaulan maysura* ditafsirkan sebagai “ucapan yang menyenangkan”. Berbeda dengan *qaulan ma'rufa* yang berisi petunjuk dengan perkataan yang baik, *qaulan maysura* lebih kepada menyampaikan sesuatu dengan cara yang menggembirakan yakni perkataan yang ringan, mudah dipahami, dan pantas. Penyampaian pesan dengan gaya

²⁶ M.Quraish Shihab, *Tafsir Al Misbah, Pesan, Kesan dan keserasian Al-Qur'an*, (Jakarta: Lentera Hati, Cet IV, Jilid 6, 2011), 774.

²⁷ al-Qur'an, *al-Isra*: 28

²⁸ Abdul Basit. *Konstruksi Ilmu Komunikasi Islam*. (Yogyakarta: Lontar Mediatama, Cet. 1, 2018), 45.

komunikasi *qaulan maysura* ini dapat lebih mudah diterima khalayak dengan spontanitas tanpa berpikir panjang.²⁹

M. Quraish Shihab juga menjelaskan bahwa setiap individu harus selalu berhati-hati dalam berucap. Sebaiknya, sebelum perkataan dilemparkan ke publik harus dipikirkan dan direnungkan terlebih dahulu agar ke depannya tidak menimbulkan malapetaka besar bagi seseorang yang mengucapkannya. Hal ini diperlukan untuk mewujudkan komunikasi yang ideal. Perintah untuk berhati-hati dan selektif dalam mengeluarkan kata-kata disebutkan dalam Firman Allah QS. al-Maidah (5) Ayat 101:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَسْأَلُوا عَنْ أَشْيَاءَ إِن تُبَدَّ لَكُمْ تَسْأَلُكُمْ وَإِنْ تَسْأَلُوا عَنْهَا حِينَ يُنَزَّلُ الْقُرْآنُ تُبَدَّ لَكُمْ عَفَا اللَّهُ عَنْهَا وَاللَّهُ غَفُورٌ حَلِيمٌ

*“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu menanyakan (kepada Nabimu) hal-hal yang jika diterangkan kepadamu akan menyusahkan kamu dan jika kamu menanyakan di waktu al-Quran itu diturunkan, niscaya akan diterangkan kepadamu, Allah memaafkan (kamu) tentang hal-hal itu. Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyantun.”*³⁰

E. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang relevan digunakan dalam penelitian ini sebagai bahan acuan. Penelitian terdahulu yang disajikan di sini terdiri dari beberapa jurnal ilmiah

²⁹ Muslimah, “Etika Komunikasi dalam Perspektif Islam”, *Jurnal Sosial Budaya*, vol. 13, no. 2, 2016, 120.

³⁰ Al-Qur'an, *al-Maidah*: 101.

yang sesuai dengan objek penelitian. Penelitian terdahulu dipaparkan dalam tabel berikut ini:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

1.	Judul Penelitian	Gaya Bahasa Sindiran Bintang Emon dalam Video DPO (Dewan Perwakilan Omel) di Media Sosial Twitter ³¹
	Peneliti	Lilis Kenwening
	Tahun	2020
	Lembaga	Universitas Muhammadiyah Lampung
	Metode Penelitian	Deskriptif Kualitatif
	<p>Penelitian di atas memiliki persamaan dengan penelitian ini, yakni sama-sama menganalisis tentang konten video DPO Bintang Emon. Namun, terdapat perbedaan yang cukup signifikan, yakni pada fokus penelitiannya. Penelitian di atas fokus meneliti jenis gaya bahasa sindiran yang dipakai Bintang Emon pada konten video DPO, Sedangkan penelitian ini berfokus pada wacana yang dikembangkan Bintang Emon dalam konten video DPO di Instagram.</p>	
2.	Judul Penelitian	Keresahan Komika terhadap Pelanggaran Aturan Pemerintah dalam Menghadapi Wabah Covid-19 Dilihat dari

³¹ Lilis Kenwening, “Gaya Bahasa Sindiran Bintang Emon dalam Video DPO (Dewan Perwakilan Omel) di Media Sosial Twitter”, *Pemerhati Bahasa*, Universitas Muhammadiyah Lampung, 2020.

		Perspektif <i>Sosio cultural Practice</i> ³²
	Peneliti	Lastri Maisa Putri, Syahrul Ramadhan
	Tahun	2020
	Lembaga	Universitas Muhammadiyah Malang
	Metode Penelitian	Analisis Wacana Kritis model Norman Fairclough
	<p>Penelitian di atas memiliki persamaan dengan penelitian ini, yakni menganalisis tentang video DPO Bintang Emon dan menggunakan analisis wacana kritis. Namun, yang membedakan penelitian di atas dengan penelitian ini adalah penelitian di atas lebih fokus membahas keresahan komika terhadap masyarakat Indonesia yang melanggar aturan pemerintah dalam menghadapi wabah Covid-19 yang dikaji menggunakan analisis wacana kritis model Norman Fairclough. Sedangkan penelitian ini berfokus pada wacana yang dikembangkan Bintang Emon dalam konten video DPO di Instagram yang dikaji dengan menggunakan analisis wacana kritis model Teun A. Van Dijk.</p>	
3.	Judul Penelitian	Analisis Alih Kode dan Campur Kode pada Tuturan Humor Video DPO Corona

³² Lastri Maisa Putrid an Syahrul Ramadhan, “Keresahan Komika terhadap Pelanggaran Aturan Pemerintah dalam Menghadapi Wabah Covid-19 Dilihat dari Perspektif *Sosio cultural Practice*”, *Jurnal Kembara*, vol. 6, no. 2, 2020.

		Karya Komedian Gusti Bintang ³³
	Peneliti	Ida Fitriyah
	Tahun	2020
	Lembaga	Universitas Sebelas Maret
	Metode Penelitian	Deskriptif Kualitatif
	<p>Penelitian di atas memiliki persamaan dengan penelitian ini, yakni sama-sama menganalisis tentang video DPO Bintang Emon. Perbedaan terletak pada fokus penelitiannya, penelitian di atas lebih fokus pada pembahasan bentuk alih kode dan campur kode pada tuturan humor video DPO Corona Bintang Emon. Sedangkan penelitian ini berfokus pada wacana yang dikembangkan Bintang Emon dalam konten video DPO di Instagram.</p>	

³³ Ida Fitriyah, “Analisis Aluh Kode dan Campur Kode pada Tuturan Humor Video DPO Corona Karya Komedian Gusti Bintang”, *Jurnal Prosiding Semantiks*, 2020.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kritis, sebuah pendekatan yang melihat gramatika bahasa membawa posisi dan makna ideologi tertentu. Dengan kata lain, aspek ideologi komunikator dapat diamati dengan melihat pilihan bahasa dan struktur bahasa yang digunakan.

Sedangkan jenis penelitian ini adalah analisis wacana kritis, sebuah analisis yang menekankan kepada upaya pembacaan kritis setiap adegan yang ditampilkan pada produk-produk media.

B. Unit Analisis

Subjek analisis pada penelitian ini adalah video DPO karya Bintang Emon, sedangkan objek analisisnya adalah wacana atau teks dalam konten video DPO Bintang Emon. Teks yang dimaksud tidak hanya berupa kata, tetapi juga meliputi skrip dan visual adegan dalam konten video DPO Bintang Emon.

C. Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data yang terbagi menjadi dua bagian, yaitu:

1. Data Primer

Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari teks berupa naskah materi yang ditampilkan dalam video DPO Bintang Emon.

2. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari data pendukung berupa artikel, jurnal, skripsi, dan sebagainya yang berkaitan dengan sudut pandang peneliti terhadap video DPO Bintang Emon.

D. Tahap-Tahap Penelitian

Penelitian ini menggunakan enam tahapan penelitian, antara lain:

1. Menentukan Tema

Pada tahap ini, peneliti mencari dan memutuskan tema yang akan digunakan sebagai fokus penelitian. Pada proses ini peneliti banyak melakukan pengamatan mengenai isu yang berkembang di masyarakat untuk dijadikan bahan penelitian.

2. Merumuskan Masalah

Tahap selanjutnya, peneliti mulai menentukan beberapa opsi rumusan masalah kemudian menentukan satu masalah yang menarik untuk diteliti.

3. Merumuskan Manfaat

Untuk merumuskan manfaat, peneliti menjabarkan dua bagian, yakni manfaat secara teoretik dan manfaat secara praksis.

4. Menentukan Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara peneliti mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian.

5. Melakukan Analisis Data

Pada tahap ini, membutuhkan kemampuan peneliti dalam mengkritisi sebuah produk media.

6. Menarik Kesimpulan

Dalam tahap terakhir ini, peneliti menjawab rumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah ditentukan.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Dokumentasi

Teknik dokumentasi dilakukan peneliti dengan cara mendokumentasikan video DPO Bintang Emon

sesuai dengan materi atau bahasan yang akan diteliti yang terekam dalam bentuk video.

2. Observasi

Berdasarkan dokumentasi video yang diperoleh, peneliti akan mengamati serta mencatat skrip dan visual adegan dalam video tersebut sehingga memperoleh gambaran tentang *storyboard*. Setelah dipelajari maka langkah selanjutnya adalah menyusun data sesuai dengan kategorinya masing-masing untuk kemudian mengkritisi atau memaknai data yang telah dikumpulkan.

F. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis wacana model Teun A. Van Dijk. Model analisis ini paling sering digunakan untuk menganalisis data, karena metode ini dapat mengaplikasikan elemen-elemen wacana secara praktis. Metode ini dapat dikatakan sebagai metode analisis wacana yang paling lengkap dan sering dikatakan sebagai “kognisi sosial”. Hal ini dikarenakan Van Dijk beranggapan bahwa teks saja tidak cukup untuk meneliti suatu wacana, beberapa bagian lain juga harus diamati, yakni kognisi sosial dan konteks sosial yang terjadi saat wacana diproduksi.

Seperti yang disebutkan di atas, wacana yang dikemukakan oleh Van Dijk ini diuraikan dalam tiga dimensi, di antaranya ialah analisis teks, kognisi sosial, dan konteks sosial. Berikut ini penjelasan mengenai ketiganya.

1. Dimensi Teks

Menurut pandangan Guy Cook, dimensi teks tidak hanya berupa kata-kata yang tercetak, tetapi juga semua jenis ekspresi komunikasi, ucapan, efek suara, citra, gambar, dan lain sebagainya. Dengan kata lain, teks

dapat diartikan sebagai keseluruhan bentuk bahasa.³⁴ Di dalam analisis wacana, teks dipakai sebagai data yang nyata. Data ini dapat berbentuk rekaman atau video percakapan. Menurut Van Dijk, sebaiknya data belum diedit, tetapi diteliti apa adanya atau sedekat mungkin sesuai dengan konteks aslinya.³⁵

Makna global dari suatu teks didukung oleh kata, kalimat, proposisi yang dipakai. Pernyataan/ tema pada level umum didukung oleh pilihan kata, kalimat, atau retorika tertentu. Hal ini membantu peneliti untuk melihat bagaimana suatu teks dibangun melalui elemen-elemen yang disajikan. Dengan demikian, kita tidak hanya mengerti apa isi dari suatu teks, tetapi juga elemen yang membentuk teks tersebut, kata, kalimat, ideologi, dan proposisi.³⁶

Van Dijk mengemukakan bahwa suatu teks atau wacana terdiri atas berbagai tingkatan/ struktur Ia menciptakan kerangka analisis wacana yang terbagi dalam tiga tingkatan, di antaranya:³⁷

a. Struktur Makro

Dalam struktur makro yang terdiri dari topik ini, bisa diketahui makna umum/global yang terdapat dalam suatu teks. Tema atau topik ini bukan hanya isi, melainkan juga fokus/ sisi tertentu dari suatu fenomena yang dibicarakan.

³⁴ Alex Sobur, *Analisis Teks Media*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, Cet 7, 2016), 56.

³⁵ Haryatmoko, *Critical Discourse Analysis (Analisis Wacana Kritis)*, (Depok: Rajawali Pers, Cet 3, 2019), 81.

³⁶ Eriyanto, *Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media*, (Yogyakarta: LKis Group, Cet I, 2011), 227.

³⁷ *Ibid.*

b. Superstruktur

Adalah tentang bagaimana seseorang menyusun suatu teks dalam bentuk karangan yang utuh. Superstruktur dapat diartikan sebagai kerangka dari suatu teks.

c. Struktur Mikro

Merupakan makna wacana yang dapat diamati dengan menganalisis kata, kalimat, proposisi, anak kalimat, ideologi yang dipakai, dan sebagainya.

Berikut merupakan gambaran mengenai struktur dan elemen wacana yang dikemukakan oleh Van Dijk jika dihubungkan dengan penelitian yang akan diteliti.

Tabel 3.1
Elemen Wacana Van Dijk

Struktur Wacana	Hal yang Diamati	Elemen
Struktur Makro	Tematik Tema/ topik yang dikedepankan dalam konten video DPO	Topik
Super Struktur	Skematik Bagaimana bagian dan urutan berita diskemakan dalam konten video DPO	Skema
Struktur Mikro	Semantik Makna yang ingin ditekankan dalam materi DPO, misal dengan memberi	Latar, detail, maksud, praanggapan

	detail pada satu sisi atau membuat eksplisit satu sisi dan mengurangi detail sisi lain	
Struktur Mikro	Sintaksis Bagaimana kalimat (bentuk, susunan) yang dipilih	Bentuk, kalimat, koherensi, kata ganti
Struktur Mikro	Stilistik Bagaimana pilihan kata yang dipakai dalam materi DPO	Leksikon
Struktur Mikro	Retoris Bagaimana dan dengan cara apa penekanan dilakukan	Grafis, ideologi, ekspresi

Sumber: Eriyanto, *Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media*.

Van Dijk berpandangan bahwa segala teks dapat dianalisis dengan menggunakan elemen tersebut. Sebagai gambaran mengenai elemen-elemen yang akan diamati. Berikut ulasannya:

a. Tematik (Tema dan Topik)

Kerf berpendapat bahwa tema merupakan suatu amanat utama yang disampaikan oleh komunikator dalam tuturannya. Sedangkan topik merupakan informasi penting yang ditunjukkan komunikator atau inti pesan yang ingin disampaikan kepada khalayak.

Menurut Teun A. Van Dijk, elemen topik merupakan struktur makro dalam suatu wacana. Sebab, melalui topik dapat diketahui masalah dan tindakan yang diambil oleh komunikator dalam mengatasi suatu masalah. Dalam struktur makro ini, kita dapat mengamati segala tindakan, keputusan, atau pendapat seorang komunikator.³⁸

b. Skematik

Pada elemen skematik, dapat diamati strategi komunikator dalam mendukung topik yang ingin disampaikan. Strategi ini bisa dilakukan dengan menyusun bagian-bagian menggunakan suatu urutan tertentu. Misalnya mulai dari judul, pendahuluan, isi, penyelesaian masalah, hingga penutup.

Di dalam skematik dapat diketahui sejumlah alasan pendukung yang digunakan komunikator sebagai strategi untuk mendukung makna global.³⁹

c. Semantik

Dalam analisis wacana, semantik digunakan untuk meneliti makna lokal. *Local meaning* atau makna lokal yaitu makna yang dimunculkan melalui konjungsi antarkalimat, konjungsi proposisi yang menciptakan suatu makna tertentu dalam teks. Berikut ini elemen-elemen semantik, di antaranya:

1) Latar

Latar merupakan elemen wacana yang dapat menjadi alasan pembenar gagasan yang diajukan dalam suatu teks. Latar peristiwa dipakai untuk menyediakan latar belakang

³⁸ Alex Sobur, *Analisis Teks Media*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, Cet 7, 2016), 75.

³⁹ *Ibid*, 76.

hendak ke mana makna suatu teks itu dibawa. Latar merupakan cerminan ideologis komunikator, di mana komunikator dapat menyajikan latar belakang dapat juga tidak tergantung pada kepentingan mereka.⁴⁰

2) Detail

Dalam elemen detail, seseorang akan menampilkan hal-hal yang menguntungkan dirinya untuk mendapatkan citra yang baik. detail dijadikan sebagai kontrol informasi yang akan disampaikan oleh komunikator.⁴¹

3) Maksud

Elemen maksud mengungkapkan apakah teks itu disampaikan secara eksplisit atau tidak. Umumnya informasi yang menguntungkan komunikator akan disampaikan dengan jelas, sebaliknya informasi yang merugikan akan diuraikan secara tersamar dan tersembunyi.⁴²

4) Praanggapan

Pengandaian atau praanggapan merupakan elemen yang dapat digunakan sebagai strategi komunikator untuk memperoleh citra tertentu di masyarakat. Elemen ini biasanya memuat fakta yang tidak perlu ditanyakan kebenarannya.⁴³

d. Sintaksis

Secara etimologis, sintaksis memiliki arti menempatkan bersama kata-kata menjadi kelompok kata atau kalimat. Penggunaan sintaksis ini dapat dilakukan dengan pemakaian kata ganti,

⁴⁰ *Ibid*, 79.

⁴¹ *Ibid*.

⁴² *Ibid*.

⁴³ *Ibid*.

aturan tata kata, pemakaian kategori kalimat yang spesifik, pemakaian kalimat aktif atau pasif, peletakan anak kalimat, dan sebagainya. Elemen sintaksis meliputi bentuk kalimat, koherensi, dan kata ganti.

1) Bentuk Kalimat

Pengkategorian sintaksis pertama, yakni bentuk kalimat. Bentuk kalimat berhubungan erat dengan pemikiran logis yang berupa hubungan sebab-akibat. Hubungan kausalitas ini berupa kalimat aktif atau pasif yang digunakan oleh komunikator dalam menyampaikan suatu wacana.⁴⁴

2) Koherensi

Koherensi adalah pertalian atau jalinan antar kata, proposisi atau kalimat. Di mana dua buah kalimat yang menggambarkan fakta yang berbeda dapat dihubungkan sehingga fakta yang tidak berhubungan sekalipun dapat menjadi berhubungan ketika komunikator menghubungkannya.⁴⁵

3) Kata Ganti

Elemen lainnya yang diamati yakni kata ganti. Kata ganti dalam analisis wacana merupakan elemen untuk memanipulasi bahasa dengan menciptakan suatu komunitas imajinatif. Kata ganti adalah suatu gejala universal bahwa dalam berbahasa sebuah kata mengacu kepada manusia, benda, atau hal,

⁴⁴ Alex Sobur, *Analisis Teks Media*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, Cet 7, 2016), 81.

⁴⁵ *Ibid.*

tidak akan dipergunakan berulang kali dalam sebuah konteks yang sama.⁴⁶

e. Stilistik

Stilistik berkaitan dengan bahasa sebagai media yang digunakan oleh komunikator untuk menyampaikan tujuannya. Gaya bahasa terdiri atas majas, struktur kalimat, diksi yang dipakai komunikator. Seseorang dapat menggunakan gaya bahasa tertentu untuk menyatakan maksud dan tujuan yang telah ditentukan.⁴⁷

f. Retoris

Retoris berhubungan dengan bagaimana cara seseorang mengungkapkan pesan yang akan disampaikan kepada publik. Hal ini berhubungan dengan strategi seorang komunikator yang berkaitan dengan gaya bicara yang digunakan. Misalnya menggunakan kalimat yang bertele-tele dan berlebihan atau hiperbola. Di dalam retorika, elemen yang diteliti meliputi grafis, metafora, dan ekspresi.

1) Grafis

Grafis ialah elemen yang digunakan untuk mengamati apa yang ingin ditekankan atau ditonjolkan seorang komunikator. Hal ini berkaitan dengan informasi yang dianggap penting. Di bagian inilah komunikator ingin membuat khalayak menaruh perhatian lebih pada bagian tertentu.⁴⁸

⁴⁶ *Ibid*, 82.

⁴⁷ *Ibid*.

⁴⁸ Eriyanto, *Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media*, (Yogyakarta: LKis Group, Cet I, 2011), 258.

2) Metafora

Metafora dimaksudkan sebagai ornamen atau bumbu dari suatu teks. Pemakaian majas metafora tertentu dapat menjadi petunjuk utama untuk mengetahui makna suatu teks.⁴⁹

3) Ekspresi

Elemen terakhir yang diamati dalam teks wacana yakni ekspresi. Ekspresi digunakan komunikator untuk menyampaikan suatu informasi yang akan ditonjolkan dalam suatu teks. Dalam sebuah produk audiovisual, ekspresi dapat diteliti dari mimik wajah yang ditampilkan oleh komunikator.

2. Kognisi Sosial

Dalam pendekatan Van Dijk, analisis wacana hanya dibatasi pada struktur teks. Oleh sebab itu, struktur wacana menandakan atau menunjukkan beberapa makna, pendapat, dan ideologi. Untuk membongkar bagaimana makna tersembunyi dari teks, kita membutuhkan suatu analisis kognisi sosial dan konteks sosial. Karena setiap teks pada dasarnya dihasilkan melalui kesadaran, pengetahuan, prasangka atas suatu peristiwa.⁵⁰

Kognisi sosial berakar pada suatu anggapan yang tertanam dalam jiwa komunikator dalam memandang suatu fenomena. Analisis konteks memiliki suatu hal yang kompleks dalam memandang suatu teks, wacana tidak hanya berfokus pada teks tetapi juga strategi dan representasi yang dipakai untuk memproduksi suatu

⁴⁹ Haiatul Umam, "Analisis Wacana Teun A. Van Dijk terhadap Skenario Film Perempuan Punya Cerita", *Skripsi*, 2009, 56.

⁵⁰ Eriyanto, *Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media*, (Yogyakarta: LKis Group, Cet I, 2011), 260.

teks. Elemen kognisi sosial selain model adalah memori. Seseorang dapat berpikir dan mempunyai pengetahuan tentang peristiwa tertentu melalui memori.⁵¹ Contohnya kita bisa mengerti suatu pesan dan mengkategorikan suatu pesan. Dalam setiap memori yang terkandung di dalamnya pemasukan dan menyimpan pesan-pesan, baik untuk saat ini maupun dahulu yang terus menerus digunakan oleh seseorang dalam memandang suatu realitas.⁵²

Van Dijk mendefinisikan kognisi sosial sebagai representasi sosial yang menjadi pengikat atau menyatukan suatu kelompok sosial dalam bentuk pengetahuan, sikap, nilai, norma, atau ideologi. Representasi sosial ini konstruksi model representasi pribadi. Jadi, model merupakan persinggungan antara individu dan masyarakat yang kelihatan.⁵³

3. Konteks Sosial

Untuk meneliti suatu teks, dibutuhkan adanya analisis konteks sosial dengan meneliti bagaimana wacana mengenai suatu peristiwa diciptakan dan dibangun dalam lingkungan sosial. Menurut Van Dijk, analisis wacana merupakan analisis sosial. Dalam kata lain, wacana adalah bagian dari wacana umum yang berkembang di masyarakat. Dalam kerangkanya, Van Dijk mengatakan untuk meneliti suatu teks, diperlukan juga meneliti bagaimana makna wacana yang terjadi di antara khalayak. Pada intinya, analisis ini dilakukan untuk menunjukkan suatu makna wacana yang diterapkan bersama, kekuasaan sosial diciptakan

⁵¹ *Ibid*, 261.

⁵² *Ibid*, 264.

⁵³ Haryatmoko, *Critical Discourse Analysis (Analisis Wacana Kritis)*, (Depok: Rajawali Pers, Cet 3, 2019), 103.

melalui diskursus dan legitimasi. Van dijk beranggapan bahwa dalam analisis ini terdapat dua gagasan pokok yakni kekuasaan (*Power*) dan akses (*Akses*).⁵⁴

Dalam definisi lain, konteks adalah segala kondisi yang terdapat di luar teks itu sendiri dan dapat memengaruhi pemakaian bahasa. Misalnya situasi di mana saat teks diproduksi, partisipan yang terlibat, fungsi yang dimaksudkan, dan lain sebagainya.⁵⁵

Analisis konteks tidak hanya melihat tempat dan waktu terjadi suatu teks diproduksi, tetapi mengamati kondisi masing-masing partisipan, baik berupa ciri-ciri ataupun hubungan mereka. Jadi, konteks lokal, global, budaya, dan sosialnya juga perlu dianalisis lebih jauh. Selain itu, perlu juga mengamati pengetahuan, norma, nilai sosial, dan tujuan-tujuan tertentu.⁵⁶

⁵⁴ *Ibid*, 271.

⁵⁵ Alex Sobur, *Analisis Teks Media*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, Cet 7, 2016), 56.

⁵⁶ Haryatmoko, *Critical Discourse Analysis (Analisis Wacana Kritis)*, (Depok: Rajawali Pers, Cet 3, 2019), 85.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Subjek Penelitian

1. Profil Bintang Emon



Gambar 4.1: Profil Bintang Emon⁵⁷

Gusti Muhammad Abdurrahman Bintang Mahaputra atau yang lebih dikenal dengan nama Bintang Emon lahir di Jakarta pada tanggal 5 Mei 1996. Ia adalah seorang Komika dan *Content Creator*. Ia mengawali karirnya sebagai komika pada tahun 2014 dengan bergabung di Komunitas *Stand-Up* Indo Bandung. Kemudian Ia mulai dikenal masyarakat saat mengikuti ajang kompetisi *Stand-Up Comedy Academy* (SUCA) season 3 di Indosiar pada tahun 2017. Ia

⁵⁷ Bintang Emon, 12 Mei, 2020, diakses pada 2 Juni 2021 dari <https://instragram.com/bintangemon>

memperoleh juara 1 mengalahkan Karyn juara 2, dan Yewen juara 3.

Setelah kompetisi, Bintang Emon mulai merambah ke dunia perfilman. Selayaknya komika pada umumnya, Ia kerap dilibatkan dalam film-film bergenre komedi. Beberapa film yang Ia mainkan di antaranya, film Milly dan Mamet (2018) berperan sebagai Somat, Orang Kaya Baru (2019) berperan sebagai Ardi, dan Dua Garis Biru (2019) berperan sebagai tukang ojek online. Ia juga berperan sebagai Doni di *Imperfect the Series* (2020).

Seperti kebanyakan *public figure* lainnya, Bintang Emon memiliki akun pribadi di beberapa media sosial. Di antaranya adalah akun instagram dengan *username* @bintangemon. Hingga kini akun instagramnya memiliki 4 juta pengikut. Sementara itu, akun twitter dengan *username* yang sama telah diikuti oleh 1,5 juta pengguna.

Untuk menjalankan akun media sosial pribadinya, Bintang rutin membuat konten-konten hiburan yang dikemas dalam bentuk komedi. Konten ini sesuai dengan latar belakang profesinya yakni sebagai *Stand Up Comedian*.

2. Konten Video Dewan Perwakilan Omel-Omel (DPO)

Konten bertajuk Dewan Perwakilan Omel-Omel atau yang biasa disingkat DPO merupakan salah satu konten video yang diciptakan oleh Bintang Emon. Konten ini diunggah di media sosial pribadinya, yakni akun Instagram dengan *username* @bintangemon, twitter dengan nama yang sama, dan Channel Youtube pribadinya bernama Bintang Emon.

Pada wawancara yang dilakukan di Channel Youtube Bank OCBC NISP, Bintang Emon mengaku “*gampang kesel*”. Oleh sebab itu, konten video DPO

iniilah yang menjadi media untuk mengungkapkan kekesalannya di hadapan publik.⁵⁸

DPO ini dibawakan sendiri olehnya dengan cara duduk kemudian menghadap ke kamera dan menyampaikan keresahannya dengan cara bermonolog. Seperti judulnya, konten video ini mengusung konsep pembawaan dengan nada bicara yang tinggi dan penuh emosional.

Video yang berdurasi 1 sampai 3 menit ini pertama kali tayang pada 27 Desember 2019 di Instagram pribadinya yang membahas mengenai pengendara yang merokok. Hingga April 2021, tercatat sebanyak 22 DPO dan 5 DPO darurat diproduksi dengan materi dan tema yang berbeda-beda. Berikut merupakan topik DPO yang telah diproduksi:

- a. Keresahan Bintang Emon tentang pengendara motor yang merokok di jalan
- b. Orang yang menyebarkan video-video Jahanam
- c. Orang yang memulai chat dengan p p p
- d. Orang yang merendah tapi untuk meroket
- e. Gandengan
- f. Jamaah salat yang memakai baju mini
- g. Orang yang kalau kentut *disilent*
- h. Tukang parkir
- i. Sepak bola
- j. Pelajar menolak dibandingkan
- k. Kolom komentar artis luar
- l. Dibilang sombong
- m. Basa-basi lebaran
- n. Rusuh antri toilet
- o. Tukang bikin hoax

⁵⁸ Bank OCBC NISP, “Bintang Emon: Dalam Situasi Tak Pasti Justru Rejekinya Mengalir Tanpa Henti”, *Youtube*, 2021, diakses pada 2 Juni 2021 dari https://youtu.be/LBr_JqGCwIY

- p. Powerbank
- q. Among Us
- r. Parkir kunci stang
- s. Penghambat belajar
- t. Pesan untuk adik
- u. Pesan untuk kakak

Konten video DPO juga memproduksi beberapa DPO darurat. DPO darurat diproduksi khusus untuk membahas topik yang sedang hangat diperbincangkan. DPO darurat terdiri dari:

- a. DPO Corona
- b. DPO Corona 2
- c. Kasus Novel Baswedan
- d. Korban unsept
- e. DPO ramadhan
- f. Bahaya live streaming

3. Deskripsi Materi Subjek Penelitian

Adapun subjek penelitian ini adalah konten video Dewan Perwakilan Omel-Omel Bintang Emon. Dari berbagai macam topik yang dibawakan, peneliti hanya mengambil dua video untuk dianalisis secara detail dan mendalam. Pengambilan subjek penelitian ini berdasarkan ketertarikan peneliti terhadap video tersebut, yakni yang berjudul DPO Corona 1 dan DPO Corona 2.

a. DPO Corona 1

Video “DPO Corona 1” diproduksi oleh Bintang Emon dan diunggah di akun Instagram pribadinya pada tanggal 22 Maret 2020. Video yang masuk dalam kategori DPO Darurat ini dibuat dalam rangka mengomentari sikap oknum masyarakat Indonesia dalam menghadapi Virus Corona. Di Instagram,

Video berdurasi 2 menit 20 detik ini menghasilkan 8,7 juta tayangan, 1 juta *like*, dan 38 ribu komentar. Konten instagram itu juga diunggah di platform Twitter dan menghasilkan 6,4 juta penonton, 136 ribu *retweet*, dan disukai oleh 184 ribu pengguna.

Adapun deskripsi materi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.1
Naskah Materi DPO Corona 1

Durasi	Deskripsi Materi
00:00 – 00:04	(Menepuk tangan) “Yang masih memiliki kewajiban untuk keluar rumah, mohon hati-hati, kesehatannya dijaga.”
00:05 – 00:31	“Dan untuk teman-temanku yang masih suka bilang ‘ealah tang, santai aja, nyawa kita di tangan Tuhan’ Weit Paman Boboho! Kalo memang itu prinsip ente, noh lu jongkok di tengah jalan tol sambil bilang ‘nyawa kita di tangan Tuhan’ kalo nggak dicipok innova lu. Ya emang nyawa kita di tangan Tuhan, Cuma kan harus usaha kitanya. Ada ikhtiar sebelum tawakal. Nah mangkanya elu pas pelajaran agama jangan main kiu kiu, kagak masuk di kepala lu.”
00:33 – 01:03	“Tapi gue gak papa tang kalo meninggal’ Ya gue juga gak papa kalo lu meninggal. Asal lu meninggal jasad lu nguap gitu

	ngilanglah. Lu kalo meninggal karena ngeremehin Corona, yang lain bisa kena. Yang mandiin elu, yang nguburin elu, orang catering di tahlilan lu kenaaa. Ya Allah jahat bat lu. Dia nggak ngerti apa-apa lo cuma ngebungkusin lemper doang. Kenaa. Beda cerita kalo lu udah waspada, pasti ada penanganannya.”
01:04 – 01:19	“Kita juga kalo diarahin buat <i>social distancing</i> yang bisa ngikutin ya nurut toloong. Ada orang batuk udah ngindarin tu, jangan ada yang batuk lu tegor, ‘weit batuk pak haji?’ yaah, elu kena Corona lu. Jangan sampe meninggal karena bercanda.”
01:20 – 01:52	“Udah ada kan porsinya masing-masing nih. Dokter nyembuhin, pemerintah ngatur, kita pasien nurut ama arahan. Lu kalo pasien bandel, dokternya ngambek, kita sembunyi dimane, bos. Masuk angin doang mah dikerokin beres. Lah Corona, dikerokin mah yang ngerokin ikut Corona juga. Beda Corona mah. Biar kata gejalanya batuk-batuk nih, lu minumin obat batuk, obat batuknya bingung. ‘Ya Allah ini bukan jobdesk gua ini’ obat batuknya yang kena Corona tuh.”
01:53 – 02:09	“Udah di rumah dulu, liburan

	nanti-nanti mah bisa. Lu nggak ke mall sekarang tu gak papa. Itu mall nggak bakal berubah jadi kantin. Enggak. Lu nggak ke puncak sekarang juga puncak nggak bakal jadi pendek. Tetep aja kita kalo kesono nanjak-nanjak juga.”
02:10 – 02:20	“Ayo mari kita sama-sama lawan Corona. Ini Corona didiemin lama-lama ngelunjak nih. Ini Corona kalo bentukannya orang udah gue klepak dari dulu nih.”

Sumber: Data primer.

b. DPO Corona 2

Video “DPO Corona 2” diproduksi oleh Bintang Emon dan diunggah di akun Instagram pribadinya pada tanggal 30 Maret 2020, yakni delapan hari setelah DPO Corona 1 diunggah. Video ini dibuat untuk menyampaikan keresahannya terhadap sikap oknum masyarakat dalam menghadapi Virus Corona. Di Instagram, Video berdurasi 1 menit 49 detik ini menghasilkan 4,6 juta tayangan, 743 ribu *like*, dan 21 ribu komentar. Kemudian konten video ini diunggah pula di Twitter dan menghasilkan 2,3 juta penonton, 71 ribu *retweet*, dan disukai oleh 124 ribu pengguna.

Adapun deskripsi materi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.2
Naskah Materi DPO Corona 2

Durasi	Deskripsi Materi
00:00 – 00:14	“Teruntuk dokter dan rekan tenaga medis terima kasih telah berjuang demi kami. Terima kasih telah bekerja tak kenal waktu sampai-sampai belum nyobain tiktok mama muda. Terima kasih. Rispek tertinggi. Anda semua pahlawan negeri ini.”
00:15 – 00:21	“Walaupun banyak dari kami yang masih bandel dan gak tau diri. Dokter fokus aja kerjanya. Mereka-mereka urusan kami-kami yang di sini. Oke.”
00:22 – 00:58	(Tepuk tangan) “Teruntuk orang-orang yang kemarin belanja ke supermarket pake APD (Alat Pelindung Diri). Lu keliling supermarket sekalian beli otak, bos. Pala lu kosong kayaknya tuh. Dokter yang lawan Corona, banyak nih yang nggak kebagian APD nih, jadinya pake jas ujan. Lawan Corona pake jas hujan. Kalo gue jadi virusnya juga tersinggung itu. Lawan Corona loh, lah elu cuma nyari mayonnaise doang pake APD lu. Kok bisa lu pede lu ya. Gue sumpahin resletingnya ilang lo biar kekunci lu di dalem lu. Gerah gerah lu.”

00:59 – 01:14	“Iya gue tau lu panik. Gue tau lu takut ama Corona, tapi jangan jadi egois. Lu kalo mo egois gitu jangan tinggal di Indonesia. Noh pindah ke Bikini Bottom. Gaada Corona di sono mah noh. Biar sekalian lo mirip sandy noh.”
01:15 – 01:30	“Ya Allah yang egois banyak banget. Nimbun masker lah Allahu Akbar. Segitunya lu nyari duit lu ya. Lu kalo mau kaya ikut superdeal bos. Jangan mahalain harga masker, ini lagi banyak yang perlu.”
01:31 – 01:49	“Dimohon turunin harga lu bilang ‘kagak ah males’ MALEESS lu ya lu bilang lu ya. Gue sumpahin pas lu meninggal tukang gali kuburan juga males lu. Ngegali satu lobang doang panjang ke dalem. Biar dikubur berdiri lu kek pondasi lu. Sukurin lu belum ditanya malaikat udah pegel lu.”

Sumber: Data primer.

B. Penyajian Data

Penyajian data berikut merupakan susunan data yang digali peneliti melalui proses observasi. Peneliti menggunakan kerangka analisis wacana Teun A. Van Dijk untuk menganalisis lebih mendalam mengenai materi konten video Dewan Perwakilan Omel-Omel (DPO) Bintang Emon. Van Dijk menguraikan suatu wacana tidak hanya berupa teks tetapi juga konteks dan kognisi sosial. Berikut hasil analisisnya:

1. Dimensi Teks

Berdasarkan skema analisis wacana Van Dijk, dalam dimensi teks terdiri atas tiga tingkatan, yakni struktur makro, superstruktur, dan struktur mikro.

a. Struktur Makro

Di dalam struktur makro, elemen yang dianalisis adalah tematik. Tematik merupakan topik yang terdiri atas gambaran umum suatu teks. Hal ini berkaitan dengan tema global yang dibicarakan dalam teks yang diteliti. Dari topik, kita dapat mengetahui masalah dan tindakan yang diambil oleh komunikator. Pada video “DPO Corona 1” dan “DPO Corona 2”, topik yang menjadi sorotan ialah berkaitan dengan isu-isu yang terjadi saat pandemi Covid-19. Persoalan tersebut di antaranya:

1) Minimnya Kesadaran Sosial

Dalam video “DPO Corona 1”, pokok pembahasan yang diangkat yakni mengenai orang-orang yang kurang memiliki kesadaran sosial. Hal ini dibuktikan dalam penggalan teks materi berikut:

“Dan untuk teman-temanku yang masih suka bilang ‘ealah tang, santai aja, nyawa kita di tangan Tuhan’...”

Dalam teks tersebut, Bintang Emon mengamati lingkungan sekitarnya dan menemukan fenomena bahwa masih banyak orang yang meremehkan keberadaan Corona. Hal inilah yang kemudian membuat dirinya ingin menyuarakan pendapatnya di muka publik melalui media sosial. Komunikator mengungkapkan kekesalannya dengan didukung

oleh beberapa sub topik yang dapat memperkuat argumennya yakni bahaya penularan virus, ajakan untuk menaati aturan pemerintah, sulitnya penanganan pasien, dan peringatan untuk tidak mendatangi kerumunan.

Fenomena itu dipresentasikan dengan nada tinggi dan mengomel, namun tetap menyisipkan humor-humor ringan yang menggelitik sehingga pesan yang ingin disampaikan mudah diingat oleh khalayak. Tidak hanya itu, teks yang dibicarakan juga dapat membentuk opini masyarakat agar mengafirmasi argumentasi yang dibangun.

2) Pelanggaran peraturan pemerintah

Dalam video “DPO Corona 1” juga menyoroti tentang masyarakat yang masih sering melanggar aturan kebijakan yang telah ditetapkan pemerintah. Hal ini terdapat dalam teks berikut:

“Kita juga kalo diarahin buat social distancing yang bisa ngikutin ya nurut toloong.”

Menurut penggalan teks di atas, Bintang Emon menasehati orang-orang yang masih mengabaikan anjuran untuk *social distancing*. Ia menganggap jika masyarakat sangat sulit diatur.

3) Egoisme Masyarakat

Sementara itu, dalam video “DPO Corona 2”, Ia mengungkapkan keresahan lainnya mengenai isu yang sedang ramai diperbincangkan. Isu ini terkait orang yang pergi

ke supermarket menggunakan APD dan para penimbun masker. Penggalan teks yang mendukung topik pembicaraan yakni:

“(Tepuk tangan) Teruntuk orang-orang yang kemarin belanja ke supermarket pake APD (Alat Pelindung Diri)...”

“Ya Allah yang egois banyak banget. Nimbun masker lah Allahu Akbar. Segitunya lu nyari duit lu ya...”

Teks di atas menggambarkan sikap komunikator dalam menanggapi suatu isu. Pada video ini, isu yang dibahas ialah tentang dua kasus yang mempunyai kesamaan, yakni orang-orang egois yang tidak punya rasa peduli dan empati terhadap orang lain. Apa yang disampaikan komunikator merupakan sindiran keras terhadap egoisme masyarakat dalam menghadapi pandemi. Minimnya rasa empati membuat mereka tidak lagi memikirkan apa yang seharusnya lebih diprioritaskan.

Topik ini didukung oleh beberapa sub topik yang dapat memperkuat argumentasinya, yakni berkaitan dengan kerugian yang dirasakan masyarakat dominan akibat kasus tersebut.

Bintang mempresentasikan kasus tersebut dengan ungkapan marah-marah yang mewakili masyarakat dominan. Teks dibangun dengan *genre* komedi yang berarti mengajak masyarakat untuk ikut tertawa miris terhadap isu yang dibicarakan.

b. Superstruktur

Superstruktur merupakan struktur wacana yang berhubungan dengan skematik atau kerangka suatu teks, yakni bagaimana teks disusun secara utuh. Bagian ini memaparkan tentang fokus informasi yang disampaikan. Skematik dalam video DPO ini terdiri atas pendahuluan, isi (konflik yang diangkat), dan penutup. Berikut penggalan alur yang terdapat dalam teks.

Tabel 4.3
Pendahuluan DPO

Judul	Pendahuluan
DPO Corona 1	 <p>Gambar 4.2</p> <p><i>“Yang masih memiliki kewajiban untuk keluar rumah, mohon hati-hati, kesehatannya dijaga.”</i></p> <p>Teks yang dikategorikan sebagai pendahuluan di atas memuat pesan yang disampaikan kepada khalayak. Komunikator paham betul jika masih banyak orang-orang yang terpaksa keluar rumah untuk melaksanakan kewajiban. Misalnya orang yang pekerjaannya tidak dapat dikerjakan di rumah.</p>

DPO
Corona 2



Gambar 4.3

“Teruntuk dokter dan rekan tenaga medis terima kasih telah berjuang demi kami. Terima kasih telah bekerja tak kenal waktu sampai-sampai belum nyobain tiktok mama muda. Terima kasih. Rispek tertinggi. Anda semua pahlawan negeri ini.”

Pendahuluan pada video ini berisi apresiasi yang ditujukan kepada dokter dan tenaga medis. Ia memberikan penghormatan setinggi-tingginya atas dedikasi yang mereka lakukan dalam menangani pasien Corona.



Gambar 4.4

	<p><i>Walaupun banyak dari kami yang masih bandel dan gak tau diri. Dokter fokus aja kerjanya. Mereka-mereka urusan kami-kami yang di sini. Oke.</i></p> <p>Masih di tahap pembukaan, Bintang Emon menyinggung masyarakat yang masih meremehkan Corona, padahal sudah diingatkan berulang kali.</p>
--	---

Tahap selanjutnya dalam superstruktur, yakni isi atau pokok pembahasan yang dibicarakan oleh komunikator.

Tabel 4.4
Isi DPO

Judul	Isi
DPO Corona 1	 <p>Gambar 4.5</p> <p><i>“Dan untuk teman-temanku yang masih suka bilang ‘ealah tang, santai aja, nyawa kita di tangan Tuhan’ Weit Paman Boboho! Kalo memang itu prinsip ente, noh lu jongkok di tengah jalan tol sambil</i></p>

bilang “nyawa kita di tangan Tuhan” kalo nggak dicipok innova lu. Ya emang nyawa kita di tangan Tuhan, Cuma kan harus usaha kitanya. Ada ikhtiar sebelum tawakal. Nah mangkanya elu pas pelajaran agama jangan main kiu kiu, kagak masuk di kepala lu.”

Dalam teks di atas, komunikator masuk pada pembahasan utama mengenai orang-orang meremehkan Corona. Mereka berdalih dengan mengatakan bahwa nyawa di tangan Tuhan. Komunikator tidak setuju dengan argumen yang dilemparkan, baginya mereka hanya mencari-cari alasan dengan mengatasnamakan Tuhan. Ia memberikan penjelasan bahwa harus ada berusaha terlebih dahulu sebelum berserah diri atau pasrah.



Gambar 4.6

“Tapi gue gak papa tang kalo meninggal’ Ya gue juga gak papa kalo lu meninggal. Asal lu meninggal

jasad lu nguap gitu ngilanglah. Lu kalo meninggal karena ngeremehin Corona, yang lain bisa kena. Yang mandiin elu, yang nguburin elu, orang catering di tahlilan lu kena. Ya Allah jahat bat lu. Dia nggak ngerti apa-apa lo cuma ngebungkusin lempur doang. Kena. Beda cerita kalo lu udah waspada, pasti ada penanganannya.”

Komunikator menambahkan persoalan tentang bagaimana *ngeyelnya* orang-orang. Mereka selalu punya alasan untuk membenarkan sikap mereka dalam menghadapi situasi sosial. Di sini komunikator melemparkan argumentasinya dengan teknik *what if* yang biasa dipakai dalam pertunjukan *Stand-Up Comedy*. Ia memberikan pengandaian bagaimana jika mereka meninggal karena meremehkan Corona. Komunikator mencoba menyentil orang-orang *ngeyel* dengan *jokes* untuk menyadarkan bahwa apa yang mereka lakukan salah.



Gambar 4.7

“Kita juga kalo diarahin buat social distancing yang bisa ngikutin ya nurut toloong. Ada orang batuk udah ngindarin tu, jangan ada yang batuk lu tegor, ‘weit batuk pak haji?’ yaah, elu kena Corona lu. Jangan sampe meninggal karena bercanda.”

Teks tersebut memuat edukasi tentang aturan “*social distancing*” yang ditetapkan WHO, yakni harus menjaga jarak aman agar terhindar dari paparan virus. Di sisi lain masyarakat Indonesia memiliki kebiasaan bercanda dengan kata “batuk pak haji?”. Menurutnya candaan semacam itu tidak relevan jika dilemparkan dalam situasi yang sedang terjadi.



Gambar 4.8

“Udah ada kan porsinya masing-masing nih. Dokter nyembuhin, pemerintah ngatur, kita pasien nurut ama arahan. Lu kalo pasien bandel, dokternya ngambek, kita sembunyi dimane, bos. Masuk angin doang mah dikerokin beres. Lah Corona, dikerokin mah yang ngerokin ikut Corona juga. Beda Corona mah. Biar kata gejalanya batuk-batuk nih, lu minumin obat batuk, obat batuknya bingung. ‘Ya Allah ini bukan jobdesk gua ini’ obat batuknya yang kena Corona tuh.”

Dalam pembahasan di atas, komunikator memberikan edukasi mengenai peran masyarakat dalam menghadapi kasus ini. Ia bermain dengan kalimat *“what if”*, yakni apa jadinya jika dokter tidak ikut andil dalam penanganan pandemi. Pasti kita tidak bisa melakukan apapun. Covid-19 bukanlah penyakit yang bisa disembuhkan hanya dengan kerokan atau minum obat batuk.



Gambar 4.9

“Udah di rumah dulu, liburan nanti-nanti mah bisa. Lu nggak ke mall sekarang tu gak papa. Itu mall nggak bakal berubah jadi kantin. Enggak. Lu nggak ke puncak sekarang juga puncak nggak bakal jadi pendek. Tetep aja kita kalo kesono nanjak-nanjak juga.”

Bintang Emon menyinggung dengan memberikan nasehat kepada masyarakat untuk tidak mendatangi mall dan puncak. Ia mengatakan jika mereka tidak ke mall ataupun ke puncak, tidak akan berefek apapun.

DPO
Corona 2



Gambar 4.10

(Tepuk tangan) “Teruntuk orang-

orang yang kemarin belanja ke supermarket pake APD (Alat Pelindung Diri). Lu keliling supermarket sekalian beli otak, bos. Pala lu kosong kayaknya tuh. Dokter yang lawan Corona, banyak nih yang nggak kebagian APD nih, jadinya pake jas ujan. Lawan Corona pake jas hujan. Kalo gue jadi virusnya juga tersinggung itu. Lawan Corona loh, lah elu cuma nyari mayonnaise doang pake APD lu. Kok bisa lu pede lu ya. Gue sumpahin resletingnya ilang lo biar kunci lu di dalam lu. Gerah gerah lu.”

Teks di atas merupakan bagian isi dari video ini yang membahas sebuah isu yang menjadi sorotan publik. Hal ini berkaitan dengan kejadian viral yang terjadi sebelum video ini dibuat, yakni kasus mengenai dua orang yang ke supermarket memakai APD. Ia menganggap mereka terlalu berlebihan dalam bersikap, sebab pada saat itu masih banyak tenaga medis yang tidak kebagian APD. Bintang mengungkapkan dengan majas perbandingan, bagaimana bisa tenaga medis yang berjuang melawan Corona dengan jas hujan, sementara mereka memakai APD padahal

hanya membeli mayonnaise. Bahkan, Bintang menyumpahi mereka dengan sumpah serapah.



Gambar 4.11

“Iya gue tau lu panik. Gue tau lu takut ama Corona, tapi jangan jadi egois. Lu kalo mo egois gitu jangan tinggal di Indonesia. Noh pindah ke Bikini Bottom. Gaada Corona di sono mah noh. Biar sekalian lo mirip sandy noh.”

Bintang Emon menambahkan argumentasi, bahwa ia memahami jika mereka ketakutan dengan situasi pada saat itu, tetapi menurutnya ketakutan jangan sampai membuat seseorang menjadi egois. Sebagai masyarakat, seharusnya saling menjaga dan melindungi sesama. Bukan malah bersikap secara berlebihan dan paranoid. Bintang memberikan komentar dengan *jokes* Bikini Bottom.



Gambar 4.12

“Ya Allah yang egois banyak banget. Nimbun masker lah Allahu Akbar. Segitunya lu nyari duit lu ya. Lu kalo mau kaya ikut superdeal bos. Jangan mahal-in harga masker, ini lagi banyak yang perlu.”

Teks di atas merupakan pembahasan kedua dari keresahan Bintang Emon, yakni terkait para penimbun masker medis untuk dijual kembali dengan harga fantastis. Ia mewakili keresahan masyarakat umum yang mengeluh dengan harga masker di situs belanja online. Padahal pada saat video ini diunggah, masker menjadi kebutuhan semua orang.




Gambar 4.13

“Dimohon turuin harga lu bilang ‘kagak ah males’ MALEESS lu ya lu bilang lu ya. Gue sumpahin pas lu meninggal tukang gali kuburan juga males lu. Ngegali satu lobang doang panjang ke dalem. Biar dikubur berdiri lu kek pondasi lu. Sukurin lu belum ditanya malaikat udah pegel lu.”

Teks di atas jelas mengkritik oknum-oknum tidak bertanggungjawab yang tidak mau menurunkan harga masker. Pasalnya, perbuatan mereka sangat egois dan merugikan masyarakat lainnya. Bintang menanggapi isu tersebut dengan marah-marah dan menyumpahi objek yang dibicarakan.

Tahap selanjutnya dalam superstruktur, yakni penutup atau bagaimana seorang komunikator mengakhiri pembicaraannya.

Tabel 4.5
Penutup DPO

Judul	Penutup
DPO Corona 1	 <p>Gambar 4.14</p> <p><i>“Ayo mari kita sama-sama lawan Corona. Ini Corona didiemin lama-lama ngelunjak nih. Ini Corona kalo bentukannya orang udah gue klepak dari dulu nih.”</i></p> <p>Teks di atas mengandung kalimat persuasif, ia mengajak seluruh elemen masyarakat untuk melawan virus Corona. Peneliti menganggap bahwa penggunaan kalimat persuasif dirasa efektif jika diletakkan di bagian kesimpulan dan penutup atas pembicaraannya.</p>
DPO Corona 2	Tidak ada kalimat penutup dalam video ini.

c. Struktur Mikro

Struktur mikro adalah salah satu struktur dalam wacana yang dapat diamati dari bagian kecil suatu teks yakni kata, kalimat, proposisi, anak kalimat,

parafrase, dan gambar. Struktur mikro terdiri dari empat elemen, di antaranya semantik, sintaktis, stilistik, dan retorik.

1) Semantik

Semantik dalam skema Van Dijk dikategorikan sebagai makna lokal (*local meaning*), yakni makna yang muncul dari hubungan antar kalimat dan hubungan antarproposisi yang membangun makna tertentu dalam suatu teks.⁵⁹

a) Latar

Latar merupakan peristiwa yang dipakai dalam menyajikan suatu teks. Latar merupakan cerminan dari ideologi komunikator.⁶⁰

Tabel 4.6
Latar DPO

Judul	Latar
DPO Corona 1	Berdasarkan keresahan pribadi Bintang Emon ketika mengamati bahwa masih banyak masyarakat yang meremehkan Corona.
DPO Corona 2	Berpijak dari kasus yang sedang dibicarakan publik mengenai orang yang pergi ke supermarket memakai APD dan para penimbun masker.

⁵⁹ Alex Sobur, *Analisis Teks Media*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, Cet 7, 2016), 78.

⁶⁰ *Ibid*, 79.

b) Detail

Elemen wacana detail berhubungan dengan kontrol informasi yang ditampilkan komunikator, dengan kata lain komunikator cenderung menampilkan secara berlebihan informasi yang menguntungkan dirinya dan menampilkan lebih sedikit (atau bahkan tidak sama sekali) informasi yang dapat merugikan pihaknya.⁶¹

Tabel 4.7
Detail DPO

Judul	Detail
DPO Corona 1	Fokus pada menyindir sikap negatif orang-orang yang meremehkan Corona secara terperinci dan tajam.
DPO Corona 2	Menekankan pada omelan terhadap keegoisan oknum masyarakat yang dapat merugikan orang lain.

c) Maksud

Elemen maksud merupakan pengungkapan informasi secara eksplisit dan jelas.

Tabel 4.8
Maksud DPO

Judul	Maksud
DPO Corona 1	Mengungkapkan keresahan dan mengajak masyarakat untuk tidak

⁶¹ *Ibid.*

	lagi meremehkan Corona. Pesan tersebut disampaikan secara eksplisit agar dapat lebih mudah diterima oleh seluruh lapisan masyarakat.
DPO Corona 2	Bintang Emon mengungkapkan keresahan mayoritas masyarakat terhadap sikap orang-orang yang egois. Pesan tersebut disampaikan secara eksplisit dan jelas agar lebih mudah diterima khalayak.

d) Praanggapan

Praanggapan atau pengandaian adalah pernyataan yang digunakan untuk mendukung makna suatu teks. Berikut penggalan teks yang menunjukkan suatu praanggapan.

Tabel 4.9
Praanggapan DPO

Judul	Praanggapan
DPO Corona 1	<p><i>“Udah ada kan porsinya masing-masing nih. Dokter nyembuhin, pemerintah ngatur, kita pasien nurut ama arahan.”</i></p> <p>Bintang Emon menyatakan bahwa tugas dokter menyembuhkan, pemerintah ngatur, kita sebagai pasien sebaiknya mengikuti arahan yang diinstruksikan.</p>

DPO Corona 2	<p><i>“Iya gue tau lu panik. Gue tau lu takut ama Corona, tapi jangan jadi egois.”</i></p> <p>Mengungkapkan bahwa ia paham betul jika masyarakat takut dengan Corona, tapi bukan berarti mereka bisa egois.</p>
-----------------	---

2) Sintaksis

Sintaksis adalah perbincangan mengenai bahasa kalimat. Dalam hal ini adalah bagaimana sebuah kata atau kalimat disusun sehingga menjadi satu kesatuan arti.

a) Bentuk kalimat

Bentuk kalimat adalah segi sintaksis yang berhubungan dengan cara berpikir logis, yakni prinsip kausalitas. Hal ini berhubungan dengan susunan kalimatnya, apakah menggunakan kalimat aktif atau pasif.

Tabel 4.10
Bentuk Kalimat DPO

Judul	Bentuk Kalimat
DPO Corona 1	Secara keseluruhan, komunikator lebih banyak menggunakan kalimat aktif, itu berarti ia menempati posisi sebagai subjek sedangkan orang-orang yang disebut dengan kata ganti “ <i>lu</i> ” menjadi objek dari pernyataannya.

DPO Corona 2	Sama halnya dengan DPO Corona, di sini komunikator menggunakan kalimat aktif. Hal itu menunjukkan bahwa ia berada di posisi subjek sedangkan orang-orang yang disebut dengan kata ganti “ <i>lu</i> ” menjadi objek omelannya.
-----------------	--

b) Koherensi

Koherensi adalah pertalian atau jalinan antarkata, proposisi atau kalimat. Koherensi dapat ditampilkan melalui hubungan sebab-akibat.

Tabel 4.11
Koherensi DPO

Judul	Koherensi
DPO Corona 1	<p><i>“Yang masih memiliki kewajiban untuk keluar rumah, mohon hati-hati, kesehatannya dijaga. Dan untuk teman-temanku yang masih suka bilang “ealah tang, santai aja, nyawa kita di tangan Tuhan” Weit Paman Boboho!...”</i></p> <p>Pada paragraf di atas sebetulnya merupakan dua pembahasan yang berbeda. Paragraf pertama berisi pemakluman terhadap orang-orang yang terpaksa keluar rumah, sedangkan paragraf kedua menyoroti orang-orang yang “tidak takut” Corona. Kedua paragraf tersebut</p>

	menjadi berhubungan karena komunikator menghubungkannya dengan konjungsi “dan”.
DPO Corona 2	<p><i>“Iya gue tau lu panik. Gue tau lu takut ama Corona, tapi jangan jadi egois...”</i></p> <p>Paragraf di atas merupakan penggabungan antar dua frasa yang memiliki makna yang berlawanan. Pada frasa <i>“gue tau lu takut ama Corona”</i> merupakan bentuk pemahaman komunikator atas apa yang dirasakan oleh mereka. Namun, frasa itu kemudian ditentang oleh frasa selanjutnya, yakni <i>“jangan jadi egois”</i> dengan menggunakan konjungsi intrakalimat “tapi” untuk menyatakan bahwa komunikator tidak setuju dengan argumentasi yang mereka sampaikan.</p>

- c) Kata ganti adalah elemen untuk memanipulasi bahasa dengan menciptakan suatu komunitas imajinatif. Dalam analisis wacana, kata ganti merupakan alat yang dipakai oleh komunikator untuk menunjukkan di mana posisi seseorang di dalam wacana.

Tabel 4.12
Kata Ganti DPO

Judul	Kata Ganti
DPO Corona 1	Menggunakan kata ganti “ <i>lu</i> ” yang mengarah pada orang-orang yang dikritisinya, kata ganti “ <i>gue</i> ” yang mengarah pada komunikator, dan kata ganti “ <i>kita</i> ” yang mengarah pada komunikator dan khalayak.
DPO Corona 2	Menggunakan kata ganti “ <i>kami</i> ” yang mengarah pada seluruh elemen masyarakat (tidak termasuk tenaga medis), “ <i>anda</i> ” yang mengarah pada dokter dan tenaga medis, “ <i>lu</i> ” yang mengarah pada orang-orang yang dikritisinya, dan kata ganti “ <i>gue</i> ” yang mengarah pada komunikator.

3) Stilistik

Stilistika atau *style* merupakan gaya bahasa seorang komunikator dalam menyampaikan pesan dengan menggunakan bahasa sebagai sarana. Di dalam video DPO ini, gaya bahasa yang digunakan komunikator terdapat dalam tabel berikut.

Tabel 4.13
Stilistik DPO

Judul	Stilistik
DPO Corona 1	“ <i>Tapi gue gak papa tang kalo meninggal’ Ya gue juga gak papa kalo <u>lu</u> meninggal.</i> ”

	<p>Pemilihan diksi “<i>lu-gue</i>” di sini dapat diartikan bahwa komunikator menyampaikan pesan dengan gaya santai, yakni menggunakan bahasa sehari-hari. Diksi “<i>lu-gue</i>” lebih dapat diterima masyarakat daripada “<i>kamu-aku</i>” atau “<i>anda-saya</i>”. Selain itu, bahasa “<i>lu-gue</i>” yang notabene adalah bahasa betawi merupakan suku asli sang komunikator.</p>
<p>DPO Corona 2</p>	<p><i>“Kalo gue jadi virusnya juga tersinggung itu. Lawan Corona loh, lah elu cuma nyari mayonnaise doang pake APD lu.”</i></p> <p>Pemilihan diksi “<i>lu-gue</i>” di sini dapat diartikan bahwa komunikator menyampaikan pesan dengan gaya santai, yakni menggunakan bahasa sehari-hari. Diksi “<i>lu-gue</i>” lebih dapat diterima masyarakat daripada “<i>kamu-aku</i>” atau “<i>anda-saya</i>”.</p>

4) Retoris

Merupakan gaya yang diungkapkan ketika seseorang berbicara. Misalnya dengan menggunakan kata yang berlebihan (hiperbolik) atau bertele-tele.

a) Grafis

Merupakan bagian untuk mengidentifikasi apa yang ditekankan oleh komunikator dalam informasi yang

disampaikan. Hal ini dapat berupa pengulangan kata yang diucapkan oleh komunikator.

Tabel 4.14
Grafis DPO

Judul	Grafis
DPO Corona 1	Tidak ada
DPO Corona 2	Kata “egois” diulang sebanyak tiga kali. Pengulangan kata yang bermakna negatif tersebut dilakukan sebagai strategi untuk menekankan keburukan orang-orang yang dibahas dalam isu ini.

b) Metafora

Di dalam sebuah wacana, komunikator tidak hanya menyampaikan pesan pokok, melainkan juga berbentuk kiasan, ungkapan, metafora.

Tabel 4.15
Metafora DPO

Judul	Metafora
DPO Corona 1	<p>“...<i>Weit <u>Paman Boboho!</u> Kalo memang itu prinsip ente, noh lu jongkok di tengah jalan tol...</i>”</p> <p>Di sini komunikator menggunakan dua diksi lucu “<i>Paman Boboho!</i>” Selain menambah kelucuan,</p>



	<p>penggunaan diksi ini bermaksud untuk menyinggung masyarakat yang memberikan argumen “<i>nyawa kita di tangan Tuhan</i>”. Argumentasi tersebut dianggap sebuah lelucon oleh sang komunikator, sebab mereka mengatasmakan Tuhan untuk menyanggah gagasan yang cacat logika.</p>
<p>DPO Corona 2</p>	<p>“<i>Lu keliling supermarket sekalian beli otak, bos. <u>Pala lu kosong kayaknya tuh.</u></i>”</p> <p>Dalam video ini, komunikator menggunakan frasa sarkasme “<i>pala lu kosong</i>” sebagai ungkapan. Kosong di sini mengarah pada orang-orang egois. Orang-orang egois tersebut digambarkan kepalanya tidak ada isinya, tidak pandai, tidak cerdas dalam memahami situasi.</p>

c) Ekspresi

Elemen ekspresi digunakan untuk memeriksa apa yang ditekankan oleh seseorang yang diamati dari teks.⁶² Ekspresi dalam sebuah karya audiovisual dapat berupa mimik wajah marah, kesal, sedih, menyindir, dan lain sebagainya.

⁶² *Ibid*, 84.

Tabel 4.16
Ekspresi DPO

Judul	Ekspresi
DPO Corona 1	 <p>Gambar 4.15: Detik 00:12</p> <p>Visual adegan di atas menunjukkan ekspresi menyindir. Bintang menyatukan kedua telapak tangannya dan tersenyum sinis sebagai gambaran bahwa ia ingin membantah <i>statement</i> masyarakat yang meremehkan Corona dengan dalih “nyawa kita di tangan Tuhan”.</p>  <p>Gambar 4.16: Detik 00:14</p> <p>Visual adegan di atas menunjukkan ekspresi jengkel. Bintang terlihat menggertakkan giginya sebagai gambaran bahwa perasaannya mendongkol dan merasa kesal</p>

terhadap objek tuturannya.



Gambar 4.17: Detik 01:41

Visual adegan di atas menunjukkan ekspresi serius. Walaupun video ini diselengi dengan *jokes* permainan kata, Bintang tetap membawa isu penting di sini. Ekspresi tersebut menggambarkan bahwa ia sedang berbicara serius mengenai isu ini.



Gambar 4.18: Detik 02:15

Visual adegan di atas menunjukkan ekspresi kesal. Terlihat dalam gambar, Bintang sedang mengernyitkan dahi, pertanda bahwa ia sedang kesal dan marah terhadap Corona yang telah menimbulkan kekacauan di dunia ini.

DPO
Corona 2



Gambar 4.19: Detik 00:21

Visual adegan di atas menunjukkan ekspresi *respect*. Bintang tersenyum lebar dan mengacungkan kedua jempolnya sebagai gambaran bahwa ia ingin menyemangati para tenaga medis yang telah berjuang untuk menangani pasien Covid-19.



Gambar 4.20: Detik 00:29

Visual adegan di atas menunjukkan ekspresi marah. Terlihat dalam gambar, Bintang sedang mengangkat kedua alisnya dan menggertakkan giginya, pertanda bahwa ia sedang marah terhadap orang-orang yang egois dalam menghadapi pandemi.



Gambar 4.21: Detik 00:42

Visual adegan di atas menunjukkan ekspresi kesal. Terlihat dalam gambar, Bintang sedang mengangkat kedua alisnya dan bibir yang menggerutu, pertanda bahwa ia sedang kesal terhadap orang-orang yang egois dalam menghadapi pandemi.



Gambar 4.22: Detik 01:20

Visual adegan di atas menunjukkan ekspresi lelah. Terlihat dalam gambar, Bintang sedang mengusap wajahnya dengan kedua tangannya, pertanda bahwa ia lelah melihat banyak orang-orang yang egois di lingkungan masyarakat.

2. Kognisi Sosial

Kognisi sosial merupakan kesadaran mental komunikator yang membentuk teks, yakni meliputi kepercayaan, pengetahuan, dan prasangka komunikator dalam menyampaikan suatu topik tertentu. Asumsinya bahwa teks tidak mempunyai makna, makna didasari oleh pemakai bahasa. Dalam dimensi ini, peneliti akan membedah bahwa komunikator menilai berdasarkan pengalaman, pengetahuan, ideologi yang mendasarinya.

Dalam video DPO, Bintang memposisikan dirinya sebagai salah satu dari masyarakat dominan yang resah terhadap beberapa oknum yang tidak memiliki kesadaran sosial, egois, tidak taat pada peraturan yang berlaku, dan kurangnya rasa empati terhadap orang lain. Tuturan tersebut disampaikan berdasarkan isu-isu sosial yang sedang menjadi sorotan. Ia menilai berdasarkan pengetahuan yang ia dapatkan melalui media massa.

Bintang menilai masyarakat dengan negatif tidak semata-mata tanpa alasan yang kuat. Berbagai media massa memberitakan tentang sikap masyarakat dalam menghadapi Covid-19. Di antaranya dilansir dari detiknews, pada 19 Maret 2020, mengatakan bahwa objek wisata Puncak, Bogor, makin ramai di tengah berlakunya libur sekolah dan kerja di rumah untuk mengantisipasi virus Corona.⁶³ Padahal, harusnya kebijakan libur sekolah dan *work from home* digunakan untuk menghindari kerumunan. Namun malah dimanfaatkan oleh beberapa orang untuk pergi berlibur.

⁶³ Tim Detik.com, *Jokowi Soroti Puncak Bogor Makin Ramai di Tengah Pandemi Corona*, 19 Maret 2020, diakses pada 1 Juni 2021 dari <https://news.detik.com/berita/d-4946333/jokowi-soroti-puncak-bogor-makin-ramai-di-tengah-pandemi-corona>

Hal ini jelas didasari pada minimnya kesadaran sosial masyarakat yang menganggap remeh virus Corona.

Bintang memproduksi video DPO ini, didasari atas prasangka-prasangkanya dalam setiap isu yang diangkat. Seperti bagaimana pandangannya terhadap kasus dua orang yang pergi ke supermarket memakai APD. Dikutip dari liputan6.com, pada 29 Maret 2020, sebuah video memperlihatkan dua orang laki-laki dan perempuan mengenakan Alat Pelindung Diri (APD) saat berbelanja di sebuah supermarket di tengah pandemi virus Corona atau Covid-19 viral di media sosial.⁶⁴ Pemberitaan tersebut yang kemudian menjadi sorotan Bintang, karena ia mengetahui jika pada saat itu stok APD sedang menipis. Sehingga para tenaga medis terpaksa harus memakai jas hujan untuk melindungi mereka dari paparan virus.

Selain itu, isu yang menjadi sorotan Bintang adalah oknum-oknum yang memanfaatkan pandemi sebagai ladang untuk melakukan kecurangan, yakni menimbun masker dan menjualnya kembali dengan harga tinggi. Bintang di sini memperjuangkan hak-hak masyarakat untuk memperoleh keadilan sosial. Pasalnya, pada saat itu masker menjadi kebutuhan yang jelas sekali urgensinya. Sedangkan oknum tersebut berbuat culas seakan-akan tidak memiliki empati terhadap masyarakat lainnya. Mereka mengambil keuntungan atas kesusahan orang lain.

Dari paparan kognisi sosial di atas, Bintang Emon memiliki kesadaran mental terhadap isu-isu sosial dengan kacamata ideologi sosialisme. Ia peduli

⁶⁴ Liputan6.com, *Viral 2 Warga Belanja di Supermarket Jakarta Pakai APD saat Pandemi Virus Corona*, 29 Maret 2020, diakses pada 1 Juni 2020 pada <https://www.liputan6.com/news/read/4214073/viral-2-warga-belanja-di-supermarket-jakarta-pakai-apd-saat-pandemi-virus-corona>

terhadap masalah-masalah sosial yang sedang terjadi di masyarakat. Kemudian berargumentasi menyampaikan pesan dan kritiknya melalui konten video Dewan Perwakilan Omel-Omel (DPO) yang disampaikan dengan cara komedi.

3. Analisis Konteks

Analisis konteks berkenaan dengan bagian-bagian yang berada di luar teks. Analisis konteks dibutuhkan untuk merepresentasikan struktur sosial (lokal dan global) dan mampu mengendalikan wacana sebagai proses mental produksi. Titik fokusnya yakni kekuasaan (*power*) dan akses (*access*).

Kekuasaan yang dimaksud dalam konteks ini adalah bentuk kepemilikan yang dimiliki oleh seseorang atau kelompok dan bagaimana seseorang itu memiliki pengaruh terhadap yang lainnya.⁶⁵ Dalam penelitian ini, Bintang adalah seorang *public figure* yang memiliki *power* untuk mempengaruhi atau mengontrol dominasi sosial. Ia juga mempunyai akses lebih besar untuk menyuarakan aspirasinya di muka publik melalui akun media sosial pribadinya. Dengan begitu Bintang dapat menentukan topik dan wacana tertentu yang dapat disebar dan didiskusikan kepada khalayak.

Latar belakang budaya seorang komunikator juga harus diteliti lebih jauh. Bintang berasal dari suku Betawi yang mana dikenal memiliki gaya bicara yang ceplas-ceplos. Dilansir dari Phinemo, masyarakat Betawi cenderung tidak menyukai basa-basi. Ketika

⁶⁵ Eriyanto, *Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media*, (Yogyakarta: LKis Group, Cet I, 2011), 272.

berbicara langsung mengarah pada pokok permasalahan yang menjadi objek pembicaraan. Oleh sebab itu, melalui DPO Bintang menyuarakan pendapatnya dengan gaya bahasa sarkasme dan langsung menohok objek yang dituju.

Video “DPO Corona 1” diunggah pada tanggal 22 Maret 2020. Pada saat itu jumlah kasus positif virus Corona mencapai 514 kasus dan kasus terbanyak berada di DKI Jakarta yakni berjumlah 307 kasus. Bintang sebagai orang yang berdomisili di Jakarta merasa dekat dengan isu ini. Itu sebabnya, raut wajah yang diperlihatkan menunjukkan bahwa dirinya kesal dengan objek omelannya dan ingin memberikan edukasi kepada masyarakat untuk menaati aturan pemerintah.

Tujuan diproduksi video ini jelas mau mengungkapkan keresahannya tentang masyarakat yang meremehkan Corona. Mereka dianggap tidak memiliki kesadaran sosial dan melanggar aturan yang berlaku. Wacana yang dikembangkan Bintang ini menandakan jika ia masih peduli dengan kondisi sosial di sekitarnya. Nilai sosial yang relevan bahwa Bintang ingin seluruh lapisan masyarakat saling menjaga dan melindungi satu sama lain.

Sementara itu, video “DPO Corona 2” diproduksi dengan tujuan untuk mengkritik masyarakat yang dinilai sangat egois sehingga dapat merugikan orang lain. Mereka dianggap tidak memiliki empati terhadap situasi sosial yang sedang terjadi. Mereka ini adalah orang yang ke supermarket memakai APD dan para penimbun masker yang menjual kembali dengan harga tinggi.

Video ini diunggah pada tanggal 30 Maret 2020. Berbeda dengan “DPO Corona 1” yang masih memuat

pesan edukatif, di sini Bintang terlihat sangat emosi. Bahkan memakai kata-kata kasar untuk mengungkapkan kekesalannya, seperti frasa “sekalian beli otak, bos”. Bukan tanpa sebab, hal itu terjadi karena topik yang dibahas merupakan kasus yang sangat meresahkan publik sehingga ia menyampaikan keresahannya dengan kalimat-kalimat sumpah serapah.

C. Pembahasan Hasil Penelitian (Analisis Data)

1. Temuan Penelitian

Temuan atau hasil penelitian ini merupakan inti dari keseluruhan penelitian yang menjadi fokus permasalahan yang diangkat oleh peneliti. Temuan ini didasari atas dimensi teks, kognisi sosial, dan konteks yang telah diteliti menggunakan metode analisis wacana yang dikemukakan oleh Teun A. Van Dijk dalam konten video Dewan Perwakilan Omel-Omel (DPO) karya Bintang Emon. Video yang diteliti yakni “DPO Corona 1” dan “DPO Corona 2”. Dalam hal ini, peneliti menemukan data yang menjawab rumusan masalah yakni wacana yang dikembangkan Bintang Emon dalam konten video DPO. Berikut hasil temuan penelitiannya:

a. Membangun Kesadaran Sosial

Di dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kesadaran sosial adalah kesadaran seseorang secara penuh akan hak dan kewajiban sebagai anggota masyarakat.⁶⁶ Kesadaran sosial muncul karena seseorang harus memiliki inteligensi sosial. Inteligensi tidak hanya sebatas kepekaan, tetapi juga rasa simpati dan empati terhadap situasi sosial yang terjadi di masyarakat.

⁶⁶ KBBI Online, <https://kbbi.web.id/kesadaran-sosial> (Diakses pada 1 Juni 2021)

“DPO Corona 1” yang diunggah Bintang Emon di akun Instagram pribadinya beranggapan bahwa masyarakat kurang memiliki kesadaran sosial. Bintang berusaha untuk mewacanakan kesadaran sosial dengan cara memberikan omelan pada masyarakat terkait sikap mereka dalam menghadapi pandemi. Masih banyak di antara masyarakat yang abai dan *ngeyel* dengan menganggap jika risiko penularan virus Corona ini rendah.

Keresahan terhadap kesadaran sosial digambarkan Bintang melalui teks yang membahas tentang orang-orang yang meremehkan virus Corona. Penutur menyampaikan pesan dengan menggunakan gaya bahasa sarkasme sehingga masyarakat akan lebih mudah menerima pesan yang dimaksudkan.

b. Ajakan untuk Menaati Peraturan Pemerintah

Peraturan pemerintah adalah peraturan perundang-undangan di Indonesia yang ditetapkan oleh Presiden untuk menjalankan Undang-Undang sebagaimana mestinya. Peraturan pemerintah bertujuan untuk mengontrol Negara agar berjalan sebagaimana mestinya.

Dalam “DPO Corona 1”, Bintang Emon membahas tentang orang-orang yang melanggar peraturan pemerintah terkait kebijakan untuk di rumah saja dan menghindari kerumunan. Bintang secara eksplisit menggambarkan masyarakat yang sulit diatur.

Bintang mengajak masyarakat untuk menaati peraturan pemerintah yang telah ditetapkan. Dengan demikian, antara pemerintah dengan masyarakat melaksanakan tugasnya masing-masing. Sehingga

diharapkan dapat menekan kasus penyebaran virus Corona.

c. Mengingatnkan Masyarakat untuk tidak Egois

Egoisme merupakan motivasi untuk mempertahankan dan meningkatkan pandangan yang hanya menguntungkan dirinya sendiri. Egoisme berarti menempatkan diri di tengah satu tujuan serta tidak peduli dengan penderitaan orang lain.

Dalam video DPO, Bintang mengingatkan kepada masyarakat untuk tidak bersikap egois dalam menghadapi pandemi dengan cara memberikan tanggapan terhadap isu yang sedang ramai dibicarakan. Ia mengkritik masyarakat agar lebih peduli dan berempati terhadap masyarakat lainnya.

Sikap egoisme masyarakat ini dibahas Bintang Emon dalam video “DPO Corona 2” yakni mengenai orang-orang yang menguntungkan diri sendiri di tengah musibah yang melanda Indonesia. Mereka adalah orang yang pergi ke supermarket memakai APD dan orang yang menimbun masker untuk dijual kembali dengan harga yang mahal. Padahal, pada saat itu para tenaga medis sangat membutuhkan APD dan masker juga merupakan kebutuhan *urgent* masyarakat. Jelas isu di atas merupakan wujud dari ketamakan dan keegoisan masyarakat yang tidak mempedulikan nasib orang lain akibat dari perbuatannya.

2. Perspektif Teori

Berdasarkan hasil temuan yang telah dipaparkan di atas. Pada tahap ini peneliti akan membedah temuan berdasarkan perspektif teori yang digunakan. Penelitian ini menggunakan teori *public sphere* yang dikemukakan

oleh Habermas. Teori ini memiliki tiga asumsi dasar di antaranya *pertama*, ruang publik menyediakan ruang kebebasan bersama. *Kedua*, ruang publik membuka wacana-wacana. *Ketiga*, terjadi pertemuan antar individu di dalam ruang publik.

Dalam konten video Dewan Perwakilan Omel-Omel, Bintang Emon berusaha untuk mengemukakan argumentasinya di hadapan publik mengenai isu-isu sosial yang menjadi sorotan masyarakat. Selaras dengan asumsi teori ruang publik yang pertama, yakni ruang publik menyediakan ruang kebebasan bersama. Di era digital ini, ruang publik tidak hanya berlaku di ruang fisik, tetapi juga pada ruang virtual, yakni media sosial.

Asumsi dasar teori ruang publik yang kedua, bahwa ruang publik membuka wacana-wacana. Dalam video “DPO Corona 1” dan “DPO Corona 2” terdapat wacana-wacana yang dikonstruksi Bintang Emon berdasarkan isu-isu yang dibahas. Wacana tersebut yakni membangun kesadaran sosial, ajakan untuk menaati peraturan pemerintah, dan mengingatkan masyarakat untuk tidak egois. Pembukaan topik ini didasari atas keprihatinan terhadap masalah-masalah yang merugikan masyarakat.

Pada asumsi ketiga, yaitu terjadi pertemuan antar individu di dalam ruang publik. Dalam konten video DPO, tidak terjadi pertemuan antara komunikator dengan komunikan. Bintang hanya melakukan komunikasi satu arah yakni bermonolog di depan kamera seolah-olah sedang berbicara dengan objek tuturannya.

Setelah membedah temuan dari perspektif teori *public sphere*, peneliti menarik kesimpulan bahwa konten video Dewan Perwakilan Omel-Omel berfungsi sebagai pembentukan wacana-wacana yang disebarkan melalui media baru atau media sosial yakni Instagram pribadinya.

3. Perspektif Islam

Berdasarkan hasil penelitian, pada sub bab ini peneliti akan menginterpretasikan temuan dengan perspektif islam. Peneliti mengambil referensi dari al-Qur'an surah al-Isra (17) ayat 28:

وَأِمَّا تُعْرِضَنَّ عَنْهُمْ أَبْتِغَاءَ رَحْمَةٍ مِّن رَّبِّكَ تَرْجُوهَا فَقُلْ لَّهُمْ قَوْلًا مَّيْسُورًا (٢٨)

“Dan jika kamu berpaling dari mereka untuk memperoleh rahmat dari Tuhanmu yang kamu harapkan, maka katakanlah kepada mereka ucapan yang pantas.”

Ayat di atas menjelaskan bahwa dalam berkomunikasi diharuskan untuk menggunakan *Qaulan maysura* yang berarti perkataan yang mudah. Dengan menggunakan kalimat yang jelas dan pantas, maka pesan yang ingin disampaikan oleh penutur dapat lebih mudah dipahami oleh orang yang ditutur. Sebab, ketika seseorang menyampaikan argumentasi dengan bahasa yang sulit dimengerti, maka akan menghambat orang lain dalam memahami pesan yang dimaksudkan. Bahkan, tidak menutup kemungkinan terjadi perbedaan makna antara sang komunikator dengan komunikan.

Dalam penelitian ini, Bintang Emon menyampaikan kritik terhadap masyarakat menggunakan bahasa yang jelas dan eksplisit. Seperti tajuk kontennya, Dewan Perwakilan Omel-Omel, ia mengomel, menyuarakan argumentasi dengan bahasa sehari-hari. Ia menerapkan prinsip *Qaulan maysura* dengan berkomunikasi sesuai dengan lawan bicaranya. Lawan bicara dalam DPO ini jelas merupakan masyarakat awam di internet atau lebih dikenal dengan istilah netizen.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Media sosial memberikan kesempatan yang sama bagi setiap orang untuk mengungkapkan pendapat pribadinya di muka publik, tak terkecuali dengan Bintang Emon. Melalui konten video Dewan Perwakilan Omel-Omel (DPO), Bintang mencoba membuka wacana dan mempengaruhi masyarakat atas wacana-wacana yang dikembangkannya. Dalam “DPO Corona 1” dan “DPO Corona 2”, Bintang menuturkan bahwa masih banyak masyarakat Indonesia yang kurang memiliki kesadaran sosial. Selain itu, masih banyak pula masyarakat yang tidak taat terhadap kebijakan yang telah diatur oleh pemerintah. Hal itu disebabkan oleh keegoisan masyarakat yang kurang peduli terhadap lingkungan di sekitarnya. Pesan-pesan yang disampaikan lewat DPO nya dapat dengan mudah diterima khalayak karena penyampaianya yang ringan dan menggelitik.

B. Rekomendasi

Dari kesimpulan yang telah dipaparkan di atas, peneliti mengajukan beberapa rekomendasi untuk dijadikan pertimbangan ke arah yang lebih baik yakni sebagai berikut:

1. Bagi Akademisi

Penelitian ini terbatas pada kajian wacana yang berfokus pada poin-poin tertentu dalam lingkup wacana yang dikembangkan Bintang Emon pada konten video Dewan Perwakilan Omel-Omel (DPO). Dalam DPO ini, masih banyak hal yang dapat diteliti misalnya fokus pada pemanfaatan DPO sebagai media kritik sosial.

2. Bagi Khalayak Umum

Selain sebagai hiburan, video DPO bintang Emon ini mengandung banyak pesan yang ingin disampaikan kepada khalayak. Ada beberapa pesan penting terkait isu-isu sosial yang berkembang di masyarakat sehingga dapat berdampak positif dalam kehidupan sosial.

C. Keterbatasan Penelitian

Dalam setiap karya penelitian ilmiah, tentu saja tidak dapat terlepas dari keterbatasan. Pada penelitian ini, peneliti telah berusaha untuk menyajikan data dengan semaksimal mungkin, namun keterbatasan tetap ada, antara lain:

1. Keterbatasan fokus penelitian. Penelitian ini hanya berfokus pada wacana yang dikembangkan dalam konten video DPO Bintang Emon. Selain itu, kurangnya teori yang relevan dengan fokus penelitian.
2. Keterbatasan referensi. Dalam proses penulisan, peneliti hanya berpedoman pada buku-buku yang ada dan jurnal-jurnal yang diakses secara online sebagai bahan referensi. Sehingga peneliti merasa referensi yang didapatkan masih sangat terbatas.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an, *al-Maidah*: 101.

Al-Qur'an, *an-Nahl*: 125.

Al-Qur'an, *an-Najm*: 39.

Anshori, Mufid, "Dakwah di Instagram (Analisis Wacana Teun A. Van Dijk pada Akun @nunuzoo", *Skripsi*, 2019.

Atmoko, Bambang Dwi, *Instagram Handbook*, Jakarta: Media Kita, 2012.

Basit, Abdul, *Konstruksi Ilmu Komunikasi Islam*, Yogyakarta: Lontar Mediatama, Cet. 1, 2018.

Carr, Caleb T & Hayes, Rebecca A., "Social Media, Defining, Developing, and Divining", *Atlantic Journal of Communication*, 2015.

Detik.com, *Jokowi Soroti Puncak Bogor Makin Ramai di Tengah Pandemi Corona*, 19 Maret 2020, diakses pada 1 Juni 2021 dari <https://news.detik.com/berita/d-4946333/jokowi-soroti-puncak-bogor-makin-ramai-di-tengah-pandemi-corona>

Emon, Bintang, 12 Mei, 2020, diakses pada 2 Juni 2021 dari <https://instagram.com/bintangemon>

Eriyanto, *Analisis Wacana Pengantar Analisis Teks Media*, Yogyakarta: LKis Group, Cet 1, 2011.

Fitriyah, Ida, “Analisis Aluh Kode dan Campur Kode pada Tuturan Humor Video DPO Corona Karya Komedian Gusti Bintang”, *Jurnal Prosiding Semantiks*, 2020.

Haizer, Eben, “Menyoal Internet sebagai Ruang Publik dalam Perspektif Habermas”, *Dakwatuna*, vol. 4, no. 2, 2018.

Haryatmoko, *Critical Discourse Analysis (Analisis Wacana Kritis)*, Depok: Rajawali Pers, Cet 3, 2019.

Indonesia, CNN, *Bintang Emon Komika yang Dikenal Vokal lewat Konten DPO*, 15 Juni, 2020, diakses pada 30 September 2020 dari <https://m.cnnindonesia.com/hiburan/20200615104202-234-513348/bintang-emon-komika-yang-dikenal-vokal-lewat-konten-dpo>

KBBI Online, <https://kbbi.web.id/kesadaran-sosial> (Diakses pada 1 Juni 2021)

Kenwening, Lilis, “Gaya Bahasa Sindiran Bintang Emon dalam Video DPO (Dewan Perwakilan Omel) di Media Sosial Twitter”, *Pemerhati Bahasa*, Universitas Muhammadiyah Lampung, 2020.

Liputan6.com, *Viral 2 Warga Belanja di Supermarket Jakarta Pakai APD saat Pandemi Virus Corona*, 29 Maret 2020, diakses pada 1 Juni 2020 pada <https://www.liputan6.com/news/read/4214073/viral-2-warga-belanja-di-supermarket-jakarta-pakai-apd-saat-pandemi-virus-Corona>

Mahmudah, SM & Rahayu M, “Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat pada Instagram Sebuah Pusat

Perbelanjaan”, *Jurnal Komunikasi Nusantara*, vol. 2, no. 1, 2020.

Mulyana, *Kajian Wacana: Teori, Metode, dan Aplikasi Prinsip-Prinsip Analisis Wacana*, Yogyakarta: Tiara Wacana, 2005.

Muslimah, “Etika Komunikasi dalam Perspektif Islam”, *Jurnal Sosial Budaya*, vol. 13, no. 2, 2016.

NISP, Bank OCBC, “Bintang Emon: Dalam Situasi Tak Pasti Justru Rejekinya Mengalir Tanpa Henti”, *Youtube*, 2021, diakses pada 2 Juni 2021 dari <https://youtu.be/LBr JqGCwIY>

Putri, Wilga Secsio Ratsja dkk, “Pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Remaja”, *Jurnal Prosiding KS*, vol. 3, no. 1, 2020.

Putrid, LM & Ramadhan, S, “Keresahan Komika terhadap Pelanggaran Aturan Pemerintah dalam Menghadapi Wabah Covid-19 Dilihat dari Perspektif *Sociocultural Practice*”, *Jurnal Kembara*, vol. 6, no. 2, 2020.

Setiadi, Ahmad, “Pemanfaatan Media Sosial untuk Efektivitas Komunikasi”, *Jurnal Cakrawala*, vol. 16, no. 2, 2016.

Shihab, M. Quraish, *Tafsir Al Misbah, Pesan, Kesan dan keserasian Al- Qur'an*, Jakarta: Lentera Hati, Cet IV, Jilid 6, 2011.

Sobur, Alex, *Analisis Teks Media*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, Cet 7, 2016.

Sobur, Alex, *Analisis Teks Media*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset, Cet 7, 2016.

Suciningsih, Indriya, “Analisis Wacana Kritis Trending Topic Hashtag Crazy Rich Surabayan di Twitter”, *Skripsi*, 2019.

Susilo, Muhammad Amin, “Analisis Konsep Ruang Publik Jurgen Habermas (Studi Kasus Komunitas Kalimetro Kota Malang)”, *Skripsi*, Universitas Brawijaya Malang, 2020.

Umam, Haiatul, “Analisis Wacana Teun A. Van Dijk terhadap Skenario Film Perempuan Punya Cerita”, *Skripsi*, 2009.

Watie, Erika Dwi Setya, “Komunikasi dan Media Sosial”, *Jurnal The Messenger*, vol. III, no. 1, 2011.

Yuliana, Diah Nur Indah, “Peran Content Creator Social Media Instagram di PT. Media Mahakarya Jakarta”, *Skripsi*, 2019.